Der Familienschutzgedanke in Verkehr und Tourismus

Inauguraldissertation
zur Erlangung der Würde eines Doctor rerum politicarum der rechts- und wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Bern

vorgelegt von Albert Fischer
von Benzenschwil

Druck: Ad. Meyer-Häfliger, Ruswil · 1957

Der Familienschutzgedanke in Verkehr und Tourismus

Inauguraldissertation
zur Erlangung der Würde eines Doctor rerum politicarum der rechts- und wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Bern

vorgelegt von Albert Fischer
von Benzenschwil

Ruswil 1957 · Ad. Meyer-Häfliger

Die Fakultät hat diese Arbeit am 21. Juni 1956 auf Antrag von Prof. Dr. K. Krapf als Dissertation angenommen, ohne damit zu den darin ausgesprochenen Auffassungen Stellung nehmen zu wollen.

Vorwort

Das Wort Familienschutz ist heute sozusagen in aller Leute Mund. Es mag deshalb eine doppelt interessante, aber auch doppelt dornenreiche Aufgabe sein, das Thema vom Standpunkt der Wissenschaft aus zu betrachten.

In der vorliegenden Arbeit wurde der Versuch unternommen, ein Teilgebiet des praktischen Familienschutzes nach seinen Motiven und Möglichkeiten in wirtschaftwissenschaftlicher Hinsicht zu untersuchen. Ich war mir dabei von Anfang an bewusst, dass es sich nicht darum handeln konnte, für jeden einzelnen Zweig von Verkehr und Tourismus auszurechnen, wie weit der Familienschutzgedanke sich verwirklichen liesse. Wohl aber lag es in meinem Bestreben, soweit möglich den Rahmen und die Richtung des weitern Vorgehens für derartige Ueberlegungen im Sinne eines Diskussionsbeitrages zu geben.

Ich danke auch an dieser Stelle meinem verehrten Lehrer, Herrn Prof. Dr. K. Krapf, Direktor des Forschungsinstitutes für Fremdenverkehr an der Universität Bern für seine vielen wertvollen Anregungen und für das Interesse, das er meiner Arbeit entgegenbrachte. Danken möchte ich auch der Schweizer Reisekasse, dem Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit und den Schweizerischen Bundesbahnen für das mir überlassene Zahlenmaterial.

Albert Fischer

Bern, Sommer 1956.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 3

1. Kapitel: Einleitung

I. Der Begriff Familienschutz 7
II. Entstehung und Ziel des Familienschutzes 8
III. Die Motivierung des Familienschutzes 9
IV. Das Objekt des Familienschutzes 10
V. Die Mittel des Familienschutzes 11
VI. Die Träger des Familienschutzes 12
VII. Einordnung des Familienschutzes in die Wissenschaft 13

2. Kapitel: Die Motive des Familienschutzes und ihre Beziehungen zu Verkehr und Tourismus

I. Betriebswirtschaftliche Motive 14
1. Die Unternehmung im allgemeinen 15
2. Die Unternehmungen der Verkehrswirtschaft im besondern 16
a) Transportunternehmungen 16
b) Beherbergungsunternehmungen 17
c) Andere Verkehrs- und Fremdenverkehrsunternehmungen 18

II. Die volkswirtschaftlichen Motive 19
1. Erhöhung des Nationalproduktes 19
2. Verteilung 20
3. Aussenwirtschaft 21
4. Zusammenhänge mit Verkehr und Tourismus 21

III. Die bevölkerungspolitischen Motive 22
1. Geschichtlicher Exkurs 22
2. Das Bevölkerungsproblem der Gegenwart 24
3. Die Rückwirkungen der Bevölkerungspolitik auf Verkehr und Tourismus 24

IV. Soziologie und Familienschutz 26
1. Die Familie in der Soziologie 26
2. Die Beziehungen des soziologisch begründeten Familienschutzes zur Verkehrswirtschaft 27

V. Die ethische Motivierung des Familienschutzes 27
1. Ethik und Familie 27
2. Zusammenhänge mit der Wirtschaft 28

3. Kapitel: Der Bedarf der Familie an Verkehrs- und Fremdenverkehrsleistungen und die Möglichkeiten zu dessen Deckung

I. Die Begriffe Verkehr und Fremdenverkehr (Tourismus) 30

II. Der Bedarf der Familie auf dem Gebiete des Verkehrs und des Tourismus 31

1. Die Entstehung des Bedarfes im allgemeinen 31
2. Der Bedarf der Familie auf dem Gebiete des Verkehrs 33
3. Der touristische Bedarf der Familie 34

III. Versuch zu einer teilweisen Ermittlung des Bedarfes der Familie 36

IV. Die Funktionen der Nachfrage 37

1. Die Bedeutung des Einkommens 38
2. Die Bedeutung des Preises 42

4. Kapitel: Die Möglichkeiten zur Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus

A. Die wichtigsten Träger und deren Möglichkeiten 44

I. Der Staat 44

1. Allgemeine Voraussetzungen 44
2. Preispolitische Eingriffe 45
3. Finanzielle Beihilfen 47
4. Massnahmen staatlicher Unternehmungen 48
5. Ferienregelung 49

II. Die privaten Organisationen 51

1. Die Wirtschaftsverbände 51
2. Familienverbände 52
3. Gemischte Zusammenschlüsse 53
4. Grundsätzliche Einwendungen 54

III. Die einzelnen Arbeitgeber 55

B. Das Preisproblem 57

I. Die Bedeutung der einzelnen Preise 57

1. Die Preise im Muss-Reiseverkehr 57
2. Die Preise im Kann-Reiseverkehr 59

II. Die Möglichkeiten der Transportunternehmungen 61

1. Preistheoretische und betriebswirtschaftliche Voraussetzungen für Preisermässigungen zu Gunsten der Familie 61
2. Ausmass und Ausgestaltung von Fahrvergünstigungen für die Familie 63
3. Der schweizerische Lösungsversuch 66
4. Beispiele aus einigen andern Ländern 74

III. Beherbergungsunternehmungen 77

1. Betriebswirtschaftliche und preistheoretische Voraussetzungen für eine Preisermässigung für Familien 77

2. Möglichkeiten der traditionellen Hotellerie 82
3. Andere Möglichkeiten 86
4. Praktische Lösungsversuche 87
IV. Die Möglichkeiten des Reisebüros bei der Preisgestaltung 93
1. Betriebswirtschaftliche Voraussetzungen 93
2. Die Kalkulation des Reisebüros und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten für eine preisliche Begünstigung der Familie 94
C. Andere Massnahmen 95
I. Organisatorische Massnahmen 95
1. Ferienstaffelung 96
2. Reisesparen 98
II. Werbung 100
1. Die Bedeutung der Werbung im Zusammenhang mit der Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus 100
2. Allgemeine Werbung für die Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus 101
3. Spezielle Werbung 103
4. Durchführung der Werbung 105
a) Die Träger 105
b) Die Werbemittel 106
c) Die zeitliche Festsetzung des Werbemitteleinsatzes 108
d) Finanzierung 108
III. Beratung 109
1. Ziel und Bedeutung der Beratung 109
2. Durchführung der Beratung 110
IV. Marktforschung 112
1. Marktforschung und Schutz der Familie 112
2. Ziel und Bedeutung der Marktforschung 113
3. Allgemeine Marktforschung 114
4. Betriebswirtschaftliche Marktforschung 116
5. Durchführung der Marktforschung 117
Literaturverzeichnis 119

Einleitung

I. Der Begriff Familienschutz

Der Begriff Familienschutz ist von Rickenbach [1]) versuchsweise wie folgt umschrieben worden: «Unter Familienschutz versteht man planmässige Bestrebungen und Massnahmen geistig-seelischer, wirtschaftlicher und gesundheitlicher Art, die wegen der Bedeutung der Familie unternommen werden, ihr Gründung und Bestand erleichtern und innerhalb der menschlichen Gesellschaft eine ihrer Aufgabe entsprechende Stellung verschaffen sollen.» Wir dürfen diese Definition auch für die vorliegende Arbeit verwenden und bringen lediglich einige Ergänzungen an.

Zahlreiche Verfasser verstehen (oft stillschweigend) unter Familienschutz nur jene Massnahmen, die um der Familie selbst willen ergriffen werden. Sie sollen die Familiengemeinschaft aus irgend einem Grunde vor schädigenden Einflüssen schützen. Dies ist ohne Zweifel der wichtigste und häufigste Sinn. Daneben stossen wir aber oft auf Massnahmen, welche sich in gleicher oder ähnlicher Weise auswirken, die jedoch nicht mehr als Familienschutz im engsten Sinne des Wortes angesprochen werden können. Es handelt sich um betriebswirtschaftlich oder volkswirtschaftlich motivierte Bestrebungen. Der Zweck ist ein anderer. Die Familie steht hier nicht im Mittelpunkt. Der Familienschutz ist nur Mittel zum Zweck. Wir wollen später noch näher untersuchen, warum auch diese Massnahmen zum Familienschutz im weitern Sinne gezählt werden können und stellen hier lediglich fest, dass beide Spielarten in die oben genannte Definition von Rickenbach passen.

Für die vorliegende Arbeit halten wir uns an die weitere Auslegung und wollen Massnahmen volkswirtschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Natur in unsere Betrachtungen einbeziehen, soweit sie sich im Sinne eines Schutzes der Familie auswirken.

[1]) Rickenbach W., Die Wesensgrundsätze des Familienschutzes, in: Der Schutz der Familie, Festgabe für August Egger, Zürich 1945, S. 96.

II. Entstehung und Ziel des Familienschutzes

Die Familie ist im Laufe der Entwicklung der Menschheit zahlreichen Wandlungen unterworfen gewesen. Die modernen Soziologen stellen in der Zeit seit Mitte des vorigen Jahrhunderts eine Bewegung fest, die sie Kontraktion [2]) nennen. Diese ist weitgehend eine Parallelerscheinung zu der ebenfalls zu erkennenden Desintegration der Familie. Die letztere äussert sich insbesondere in einer andauernd zunehmenden Ausgliederung der Familiengemeinschaft aus den grössern gesellschaftlichen Organisationen. Sie hat ihre Ursache zum Teil in einem Schwund der Aufgaben der Familie. Dies lässt sich namentlich auf wirtschaftlichem, erzieherischem und religiösem Gebiete erkennen. Andere gesellschaftliche Gruppen lösen die Familie ab. Die arbeitsteilige Wirtschaft vernichtet die Produktionsgemeinschaft der Familie. Die staatliche Schule tritt in grossem Ausmasse an die Stelle von Pestalozzi's Wohnstubenschule. Alle diese Wandlungen können die Familie so weit gefährden, dass es zu einer Desorganisation kommt. Die Familie beginnt ihren Gruppencharakter zu verlieren. Sie fällt auseinander und setzt sich selbst ausserstande, die ihr verbleibenden Aufgaben zu erfüllen.

Hier setzt der Familienschutz ein. Er will mit seinen Mitteln die nachteiligen Wirkungen entweder beseitigen oder, wenn dies nicht möglich ist, sie mildern. Der moderne Familienschutz im engern Sinne unterscheidet sich dabei deutlich von seinen Vorläufern. Er hält sich von jedem wirtschaftlichen oder etatistischen Utilitarismus fern und schützt die Familie um ihrer selbst willen. Er sieht in ihr eine Grundlage der Wohlfahrt des Einzelnen und des ganzen Volkes.

Der betriebs- bzw. volkswirtschaftlich motivierte Familienschutz im weitern Sinne entspringt dagegen primär dem Bestreben nach Erhaltung der Unternehmung, nach Sicherung der Wirtschaft, nach Hebung des Volkswohlstandes. Indirekt ist er teilweise auf die gleichen Ursachen zurückzuführen wie der Familienschutz im engern Sinne.

Entstehung und Ziele des Familienschutzes lassen bereits auch gewisse Grenzen erkennen. Eine zu weit getriebene, im Sinne Marbach's «überzogene» Familienschutzmassnahme kann sich ebenso schädlich auswirken wie eine schutzlose Preisgabe. Die der Familiengemeinschaft innewohnenden Vorteile sollen den Gliedern nicht als Geschenk in den Schoss fallen, da sie damit nur eine einseitige und

[2]) So u. a. König R., Die Familie der Gegenwart, Beilage zum Bericht des Bundesrates an die Bundesversammlung über das Volksbegehren «Für die Familie» vom 10. Oktober 1944, S. 21 ff.

ephemere Wirkung auslösen und nur dem weiteren Verfall Vorschub leisten. Der vermeintliche «Schutz» (besonders der wirtschaftliche) soll der Familie auch nicht aufgedrängt werden, weil unter Umständen auch im Reisen des Guten zu viel getan werden könnte und so die Gefahr einer weiteren Schädigung entstehen würde.

III. Die Motivierung des Familienschutzes

Wie wir gesehen haben, wird die Familie aus ganz verschiedenen Gründen geschützt. In der Literatur trifft man am häufigsten deren drei an, welche auf bevölkerungspolitische, ethisch-pädagogische oder eugenische Ueberlegungen zurückgeführt werden.[3]) Rickenbach nimmt in seiner bereits zitierten Arbeit [4]) eine etwas feinere Gliederung vor. Er nennt als ältestes und innerstes Motiv des Familienschutzes das religiöse. Die Familie sei bei Juden und Christen (und auch bei andern Religionen) die schöpfungsmässige Ordnung für die primäre Lebensgemeinschaft der Menschen wie auch für die Hervorbringung der Kinder. Nach dieser Ordnung sei den Menschen nicht nur geboten zu leben, sondern auch das Leben weiter zu geben; denn Gott wolle, dass sein Schöpfungsplan durch die Menschen dauernd verwirklicht werde, solange es ihm gefalle. Daraus ergebe sich für die Menschen die Pflicht, sowohl Gründung und Bestand der Familie als Lebensgemeinschaft, wie auch die Existenz von Kindern nach bester Möglichkeit zu fördern. Das religiöse Motiv des Familienschutzes ist u. E. eine Frage der Weltanschauung und über jeder Diskussion erhaben. Wenn wir in dieser wirtschaftswissenschaftlichen Arbeit nicht näher darauf eingehen, so ändert dies an seiner Bedeutung nichts.

Eine enge Verwandtschaft lässt sich zwischen religiösen und ethischen Motiven feststellen. Die Ueberlegungen, die wir im zweiten Kapitel im Zusammenhang mit den ethischen Motiven anstellen, können fast ausnahmslos auch auf die religiöse Begründung übertragen werden.

Die religiösen und ethischen Motive sind eine Angelegenheit des Glaubens bzw. der Moral und deshalb als irrational zu bezeichnen. Bei den übrigen ist eine immer deutlicher werdende Wandlung zur Ratio festzustellen. Dies zeigt sich bereits bei den bevölkerungspoli-

[3]) Bericht des Bundesrates an die Bundesversammlung über das Volksbegehren «Für die Familie» vom 10. Oktober 1944, S. 4.
[4]) Rickenbach W., Wesensgrundsätze, a. a. O.

tischen Motiven, die teilweise auf staatspolitische, teilweise auf wirtschaftliche Ueberlegungen zurückzuführen sind.

Aehnlich verhält es sich beim pädagogisch begründeten Familienschutz. Es ist nicht nur das Streben nach einer hohen ethischen Gesinnung, das die Pädagogik beherrscht. Berufliche Ausbildung, wirtschaftliche Schulung usw. werden in diesem Zusammenhang ebenso oft genannt.

Ein weiteres Motiv des Familienschutzes stammt aus dem Gebiete der Soziologie. Rickenbach bezeichnet es (neben dem religiösen) als das wichtigste. Wir haben bereits festgestellt, dass der Familienschutzgedanke den im Laufe der letzten hundert und mehr Jahre entstandenen zahlreichen sozialen Spannungen entstammt, unter denen viele Familien zu leiden hatten. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass sich innerhalb der Soziologie eine eigene Sparte, die Familiensoziologie, entwickelt hat.

In die Gruppe der halb rationalen, halb irrationalen Motive reiht sich auch das eugenische ein. Ihm entfliesst das Bestreben nach Eindämmung der Erbkrankheiten und nach Hebung der Erbhygiene. Wenn wir nicht weiter auf diese Begründung eintreten, so nur deshalb, weil sich kaum ein wesentlicher Zusammenhang mit unserer Hauptaufgabe ergibt.

Die bevölkerungspolitische Motivierung des Familienschutzes gehört wohl zu der am meisten erörterten. Sie befindet sich aber bereits auf einer andern Ebene. Nicht mehr die Familie selbst steht im Zentrum, sondern die Gesamtbevölkerung eines Staates, deren Bestand und Wachstum beeinflusst werden soll. Man denkt nicht mehr letztlich an die Familiengemeinschaft, sondern vor allem an Staat und Wirtschaft.

Am weitesten entfernen wir uns vom Familienschutz im engern Sinne bei den volkswirtschaftlichen und betriebswirtschaftlichen Motiven. Trotzdem können derartige rationale Bestrebungen der Familie recht grosse Vorteile bringen und es wäre deshalb eine grosse Lücke, wollte man diese Motive in der vorliegenden Arbeit unerwähnt lassen.

IV. Das Objekt des Familienschutzes

Gegenstand der Familienschutzmassnahmen ist grundsätzlich die Familie. In ihrer Entwicklung lässt sich ein fortwährender Wechsel in Art und Struktur feststellen. Aus der frühmittelalterlichen Grossfamilie ist (dem Kontraktionsgesetz gehorchend) über verschiedene

Zwischenstufen die heutige Gattenfamilie geworden. Aus einer Gemeinschaft von Familiengliedern mehrerer Generationen und dem Gesinde entstand eine Kleinfamilie, bestehend aus dem Gattenpaar und dessen unmündigen Kindern. Wohl sind heute noch Reste der frühern Grossfamilie vorhanden, namentlich in bäuerlichen Bevölkerungskreisen. Es lässt sich aber auch bei ihnen eine fortdauernde Rückbildung feststellen.

Wir können auf Grund dieser Darlegungen für die vorliegende Arbeit das Wort Familie im Sinne einer Lebensgemeinschaft eines Elternpaares und dessen unmündigen Kindern gebrauchen. Bei den letztern muss man nicht notwendigerweise nur an die eigenen leiblichen denken, sondern es sind darunter auch Stief-, Adoptiv- und Pflegekinder zu verstehen. Die Lebensgemeinschaft bedeutet nicht unbedingt eine Haus- oder Wohnungsgemeinschaft, obwohl dies der Normalfall sein wird. Zur Familie sind auch Glieder zu zählen, die sich für kürzere oder längere Zeit ausserhalb der Gemeinschaft aufhalten, beispielsweise zu Erwerbszwecken oder zur Ausbildung. Es besteht in diesen Fällen eine verhältnismässig enge Bindung, welche sich wirtschaftlich in einem meistens einseitigen Abhängigkeitsverhältnis äussert.

Die Familiengemeinschaft kann je nach der Struktur der Gesellschaft verschiedene Formen annehmen und damit unterschiedliche Aufgaben haben. Sie ist Produktionsgemeinschaft, Betriebsgemeinschaft, Erwerbsgemeinschaft, Konsumgemeinschaft oder Erziehungs- und Kulturgemeinschaft.[5]) Die heutige Kleinfamilie ist weitgehend zu einer Konsumgemeinschaft mit beschränkten Erziehungs- und Kulturaufgaben geworden.

Je nach der Motivierung des Familienschutzes wird das Objekt teilweise anders zu bestimmen sein. Wir können dabei drei sich überschneidende Begriffe erkennen: Die Gesamtheit aller Familien, die Gruppe der wirtschaftlich schwachen Familien und die Gruppe der erbgesunden Familien.

V. Die Mittel des Familienschutzes

Das Ziel der Familienschutzbestrebungen kann mit verschiedenen Mitteln erreicht werden. Je nach den Motiven und den Zielen sind die einzelnen mehr oder weniger tauglich. Wir können grundsätzlich drei Gruppen von Mitteln unterscheiden: geistige, rechtliche und wirtschaftliche.

[5]) Bericht des Bundesrates, a. a. O., S. 57.

Durch geistige Beeinflussung der Umwelt soll die Familie in ihrer Entstehung, in ihrem Bestand und Wachstum geschützt werden. Die Ausdrücke Werbung und Propaganda mögen hier deplaciert erscheinen. Sie zeigen aber deutlich, was gemeint ist. Durch eine familienfreundliche Haltung in Kunst, Theater, Presse, Radio, Film usw. soll jene Atmosphäre geschaffen werden, die der Familie im Sinne von Rickenbach's Definition des Familienschutzes eine ihrer Aufgabe entsprechende Stellung gewährleistet.

Der rechtliche Schutz der Familie kann sich auf alle Gebiete des Rechts ausdehnen. Schutzbestimmungen verschiedenster Art sind im öffentlichen und im privaten Recht denkbar. Sie können als die sichersten Grundlagen der Familie betrachtet werden.

Der wirtschaftliche Schutz der Familie offenbart sich in sehr verschiedenartiger Weise. Es seien hier nur einige Beispiele genannt: Familienlohn, Familienzulagen, sozialer Wohnungsbau, der Konsumkraft angepasste Gestaltung der Konsumgüterpreise, ferner steuerliche Begünstigung und schützende Vorschriften im Betreibungsrecht, insbesondere die Unpfändbarkeit des unumgänglich notwendigen Einkommens.[6]) Wir sehen, daß insbesondere hier die Zusammenhänge mit unserer Aufgabe zu finden sein werden. Bei Verkehr und Tourismus handelt es sich um sehr konsumnahe Produktionszweige und wir werden uns deshalb vor allem mit dem wirtschaftlichen Schutz der Familie zu befassen haben.

VI. Die Träger des Familienschutzes

Als Träger des Familienschutzes können alle jene Gemeinschaften und Einzelpersonen auftreten, die ein besonderes Interesse am Schutze der Familie haben. Es kann nicht unsere Aufgabe sein, hier eine umfassende Liste aufzustellen, sondern wir wollen lediglich einen Ueberblick über die wichtigsten Träger geben. Dabei haben wir allen voran die Familie selbst zu nennen. Aus ihr heraus sollen Kräfte zur Selbstbehauptung und zum Selbstschutze kommen. Die übrigen Träger des Familienschutzes haben diese Selbsthilfe nur noch zu fördern.

Im Zusammenhang mit den religiösen Motiven des Familienschutzes tritt als wichtiger Träger die Kirche in Erscheinung. Sie hat entsprechend dem hohen geistigen Inhalt ihrer Motive eine entsprechend grosse Aufgabe und Verantwortung um das Wohl der Familie. An sie

[6]) Bericht des Bundesrates, a. a. O., S. 132.

schliessen der Staat und die Gemeinden an, welche Träger der ethischen, soziologischen, pädagogischen, bevölkerungspolitischen, eugenischen und volkswirtschaftlichen Motive sind.

Träger der betriebswirtschaftlichen Motive sind die einzelnen Unternehmungen, und zwar sowohl Unternehmungen, die sich in Verkehr und Tourismus betätigen wie auch irgendwelche andere.[7]) Ferner kommen die privaten wirtschaftlichen Organisationen, Wirtschaftsverbände, Unternehmungsvereinigungen usw. in Frage. Eine besondere Stellung nehmen die staatlichen und kommunalen Unternehmungen ein. Sie stehen sozusagen auf beiden Seiten und können sowohl Träger volkswirtschaftlicher, ethischer und anderer Motive sein, wie auch betriebswirtschaftliche Beweggründe zum Schutze der Familie involvieren.

Schließlich sind noch die Zusammenschlüsse aller derer zu nennen, die durch gemeinsames Vorgehen einen bessern Schutz der Familie erreichen wollen. Es sind dies insbesondere die Familienverbände. Rickenbach [8]) vergleicht sie nicht zu Unrecht mit den Gewerkschaften, streben sie doch neben wirtschaftlichen auch kulturelle und soziale Ziele an.

VII. Einordnung des Familienschutzes in die Wissenschaft

Je nach dem eingenommenen Standort kann man das Problem des Familienschutzes in den verschiedensten Gebieten der Wissenschaft einordnen, z. B. in der Theologie, Soziologie, Philosophie, Volkswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftslehre oder, um auf unsere Aufgabe zu kommen, in der Fremdenverkehrslehre und Verkehrswissenschaft.

Betrachtet man die Familienschutzmassnahmen vornehmlich vom Standpunkt des Verkehrs- und Fremdenverkehrspolitikers, so kann man feststellen, dass sich der Familienschutz nach zwei Richtungen auswirkt: In der Richtung auf die Familie einerseits und in der Richtung auf den Verkehr und den Tourismus anderseits. Damit werden Wirtschaft, Technik, Kultur, Politik, soziale Frage, Volksgesundheit usw. erfasst, also die einzelnen Faktoren der Funktionslehre von Verkehr und Fremdenverkehr.[9]) Die sich daraus ergebenden Beziehungen sollen im folgenden Kapitel noch etwas näher betrachtet werden.

[7]) Rickenbach W., Wesensgrundsätze, a. a. O., S. 119.
[8]) Rickenbach W., Wesensgrundsätze, a. a. O., S. 109
[9]) Hunziker W., System und Hauptprobleme einer wissenschaftlichen Fremdenverkehrslehre, Nr. 5 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1943, S. 43.

2. Kapitel

Die Motive des Familienschutzes und ihre Beziehungen zu Verkehr und Tourismus

Wir haben gesehen, dass innerhalb der Familienschutzmotive zwei Gruppen zu unterscheiden sind, die sich nicht auf gleicher Ebene befinden. Die eine stützt sich auf vorwiegend oder vollständig rationale Ueberlegungen und ist damit primär nicht oder nur zum Teil auf die Familie selbst gerichtet. Die andere lehnt sich hauptsächlich oder ausschliesslich an irrationale Gedanken an und schützt die Familie vornehmlich um ihrer selbst willen.

Es sollen im folgenden die wichtigsten Motive, bei denen sich Zusammenhänge mit Verkehr und Tourismus vermuten lassen, noch etwas näher beleuchtet werden. Ferner versuchen wir, die Berührungspunkte und die davon ausgehenden Entwicklungen kurz darzustellen.

I. Betriebswirtschaftliche Motive

Wenn wir das Verhältnis und die Stellungnahme der Unternehmungen zum Familienschutzgedanken untersuchen, so kann es sich lediglich darum handeln, abzuklären, wie weit das Streben dieser Unternehmungen nach Gewinn und nach Selbsterhaltung in den Dienst des Familienschutzes gestellt zu werden vermag. Es ergibt sich die Frage nach gemeinsamen Zielen des betriebswirtschaftlich und anderswie motivierten Familienschutzes.

Bei der Betrachtung der Träger des auf betriebswirtschaftlichen Motiven fussenden Familienschutzes können zwei Gruppen unterschieden werden: Die Unternehmungen als Arbeitgeber im allgemeinen und die Unternehmungen einzelner Wirtschaftszweige, beispielsweise des Verkehrs und des Tourismus, im besondern.

1. Die Unternehmung im allgemeinen

Das Interesse der Unternehmung im allgemeinen richtet sich im Zusammenhang mit dem Schutze der Familie vornehmlich auf die Erhaltung eines soliden, bewährten und stabilen Arbeitselementes.[1]) Eine in jeder Beziehung gesunde und auf der Höhe ihrer Aufgabe stehende Familie ist das geeignete Fundament für gute Arbeitskräfte. In ihrem Schosse kann sich der Arbeitnehmer, insbesondere der Familienvater, von der geistigen und körperlichen Beanspruchung durch seinen Beruf erholen.[2]) Die gesunde Familie bietet aber auch Schutz vor den verschiedenen schädlichen Einflüssen auf die Arbeitskraft während der Freizeit. Ferner vermögen geeignete Familienschutzmassnahmen zur Milderung oder gar weitgehenden Beseitigung der sozialen Spannungen beizutragen. Auch dies ist für die einzelne Unternehmung von grosser Bedeutung.

Unter dem Gesichtspunkte der Erhaltung und Regeneration der geistigen und körperlichen Arbeitskraft kann eine ganze Anzahl Forderungen erhoben werden. Zwei davon treten im Zusammenhang mit unserem Thema besonders in den Vordergrund: Schaffung geeigneter Wohnstätten für die Familien der Werktätigen und zweckdienliche Verbringung der Freizeit, insbesondere der Ferien.

Die Schaffung geeigneter Wohnstätten steht heute bereits vielfach eng im Zusammenhang mit der Frage der Eigentumsbildung des Arbeiters. Damit wird sie allerdings vielfach zu einem Problem, das unter Umständen weit über die Möglichkeiten der einzelnen Unternehmung hinausreicht und das zu lösen eine volkswirtschaftliche Aufgabe ist, bei der die Arbeitgeber nur noch Mithelfer sein können. Das eigene Haus mit Garten, der Grundbesitz, lassen den letzten für das Lebensgefühl entscheidenden Rest des Proletarierdaseins verschwinden.[3]) In den modernen Industriestaaten ist eine derartige Siedlungspolitik ohne eine darauf abgestimmte Verkehrspolitik kaum mehr denkbar. Die Familie muss nicht nur Gelegenheit haben, eine geeignete Wohnstätte zu finden und allenfalls zu erwerben, sondern die der Arbeit nachgehenden oder die Schule besuchenden Glieder müssen gleichzeitig über die nötigen Verkehrsmittel verfügen, welche es ihnen erlauben, die täglichen Pendelfahrten rasch und zu einem tragbaren Preis auszuführen.

[1]) Rickenbach W., Wesensgrundsätze, a. a. O., S. 107.

[2]) Gafner M., Die Bedeutung des sozialen Tourismus für Volksgesundheit und Volkswirtschaft, in: Erholung und Arbeitskraft, Nr. 7 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1945, S. 29.

[3]) Heyde L., Abriss der Sozialpolitik, 10. Auflage, Heidelberg 1953, S. 111.

Von nicht geringerer Bedeutung ist die Forderung des Arbeitgebers nach geeigneter Verbringung der Freizeit. Je intensiver der Arbeitsprozess gestaltet wird, desto mehr Zeit braucht der Mensch, um sich von den Anstrengungen zu erholen. Die Qualität des Produktionsmittels Arbeit darf nicht zurückgehen, sie soll im Gegenteil eher noch gehoben werden. Ein zu diesem Ziele führender Weg ist die gelegentliche Entspannung von Körper und Geist ausserhalb der gewohnten Umgebung. Dabei spielen gemeinsame Ausflüge und gemeinsam verbrachte Ferien der Familie eine wesentliche Rolle. Gafner [4]) sagt dazu: «Man wird eine Erholungsgestaltung als umso höher bewerten können, je mehr sie jenen entscheidenden Ausgleich zwischen Berufsbeanspruchung einerseits, individueller Freiheit und Zusammenleben innerhalb der Familie anderseits erfüllt, d. h. je mehr sie im Sinne dieser beiden letztern erfolgt.» Mit der Feststellung, dass die Unternehmung an Ausflügen und insbesondere an Ferien ihrer Arbeitnehmer und deren Familien interessiert ist, darf die Existenz von gegenseitigen Beziehungen zwischen Verkehr und Tourismus einerseits und dem betriebswirtschaftlich motivierten Familienschutz als nachgewiesen betrachtet werden.

2. Die Unternehmungen der Verkehrswirtschaft im besondern

a) Transportunternehmungen

Bei den Transportunternehmungen müssen wir zwischen reinen Touristikbetrieben und gemischten Betrieben unterscheiden. Sie nehmen im Verkehr eine verschiedenartige Stellung ein und haben teilweise auch andere Interessen in bezug auf den Schutz der Familie.

Zu den Touristikbetrieben sind vor allem Berg- und Ausflugsbahnen, die dem Personenverkehr dienenden Schiffahrtsgesellschaften auf Binnengewässern und gewisse Automobilunternehmungen zu rechnen. Auch einzelne Fluggesellschaften mögen dazu gezählt werden. Sie bieten in überwiegendem Masse Fahrten nach einem Ferienort oder Ausflüge an. In beiden Fällen sind sie bestrebt, in der jeweilen in Frage kommenden Saison möglichst viele Passagiere zu befördern, um auf diese Art zu einer maximalen Ausnützung der angebotenen Leistung zu gelangen. Die wirtschaftlich schwachen Familien sind für diese Transportunternehmungen eine ausgezeichnete Kundenreserve, auf die sie nach Möglichkeit greifen müssen. Es gilt, Mittel und Wege zu finden, um aus ihr Konsumenten der pro-

[4]) Gafner M., a. a. O., S. 5.

duzierten oder produzierbaren Verkehrsleistungen zu gewinnen. Die Transportunternehmungen versuchen grundsätzlich, Familienausflüge und Familienferien dort zu fördern, wo sie ohne einen besondern Impuls nicht zustande kämen.

Bei den gemischten Betrieben ist ein ähnliches Interesse am Familienschutz festzustellen. Der Touristikverkehr bildet bei ihnen nur noch einen mehr oder weniger grossen Bruchteil des Gesamtverkehrs. An dessen Stelle treten andere Verkehrsarten. Neben einem ausgedehnteren Güterverkehr und Geschäftsreiseverkehr sind es meistens Fahrten zur Arbeit und zur Schule. Je nach deren Umfang handelt es sich bei den Touristenreisen um eine Art Mitläuferverkehr oder um einen eigentlichen selbständigen Zweig. In beiden Fällen werden diese Verkehrsarten durch Familienglieder alimentiert. Die betreffenden Transportunternehmungen haben deshalb ein Interesse daran, auch diese Reserve nach Möglichkeit auszuschöpfen und zu diesem Zwecke besondere, auf die Familie zugeschnittene Beförderungsbedingungen zu schaffen.

b) Beherbergungsunternehmungen

Aehnliche Ueberlegungen wie bei den Transportunternehmungen lassen sich in bezug auf die Beherbergungsbetriebe anstellen. Auch hier lässt sich deren wichtigste Kategorie, die Hotellerie, in zwei Gruppen scheiden: Die Saisonhotellerie einerseits und die Ganzjahresbetriebe anderseits.

Die Saisonhotellerie kann weitgehend mit der entsprechenden Kategorie der Transportunternehmungen verglichen werden. Wegen der verhältnismässig stärker begrenzten Kapazität weist sie einen eher noch ausgesprägteren Drang nach Belebung der Vor- und Nachsaison auf. In jedem Falle ist eine deutliche Gemeinsamkeit der Interessen festzustellen und es stellt sich nur noch die Frage, ob auch hier die Familien als Konsumentenreservoir betrachtet werden dürfen. Bei ihrer Beantwortung ist der besondern Struktur der Hotellerie in bezug auf die angebotene Qualität Rechnung zu tragen. Während bei den Transportunternehmungen nur sehr wenige, qualitativ verschiedene Angebote festzustellen sind und überdies eine langfristige Nivellierung sich bemerkbar macht, ist die Hotellerie von diesem Prozess weniger ergriffen worden. Es lassen sich auch heute noch sehr erhebliche Qualitätsunterschiede vom ausgesprochenen Luxus bis zum einfachsten des Einfachen feststellen. Das Luxushotel ist nun aber im allgemeinen seiner Art nach weniger für die Beherbergung von Familien geeignet und hat deshalb auch kein besonderes Interesse an der besondern Pflege der Familienkundschaft. Bei den

Ganzjahresbetrieben ist zu berücksichtigen, dass es sich weitgehend um Unternehmungen handelt, die dem Geschäftsreiseverkehr dienen. Sie liegen in den Städten und eignen sich nur selten für den kürzern oder längern Aufenthalt von Familien.

Nachdem wir die Luxus- und die städtischen Ganzjahresbetriebe ausgegliedert haben, bleiben nur noch die eigentlichen Ferienhotels übrig. Ihre Kundschaft setzt sich sozusagen vollständig aus Gästen zusammen, die Erholung und Entspannung suchen. Die betreffenden Unternehmungen werden u. a. versuchen, durch Begünstigung der Familie den Nutzgrad und damit die Rentabilität zu heben. Sie haben also grundsätzlich ein Interesse am Familienschutzgedanken im weitesten Sinne. Die Familie bildet auch für sie eine Kundenreserve, mit der sie ihre Kapazität besser ausnützen können.

Neben Hotels, Fremdenpensionen und Gasthöfen sind vor allem noch die Ferienwohnungen zu betrachten. Für die Inhaber derselben kommen als Kunden fast ausschliesslich Familien in Frage. Einzelpersonen oder kleinere Gruppen von solchen werden nur selten eine Ferienwohnung mieten. Weil nun aber die Familien sozusagen die einzigen möglichen Kunden darstellen, kann nicht mehr von einem eigentlichen betriebswirtschaftlich motivierten Familienschutz gesprochen werden. Es ist in der Familie vielmehr der Normalfall zu erblicken, auf den der ganze Betrieb eingestellt ist.

c) Andere Verkehrs- und Fremdenverkehrsunternehmungen

Als wichtigste Gruppe der übrigen Fremdenverkehrsunternehmungen wollen wir noch kurz die Reisebüros und deren Beziehungen zum Familienschutzgedanken betrachten. Können die Familien den Reisebüros zusätzlichen Verdienst bringen? Diese Frage kann a priori bejaht werden. Die Reisebüros als reine Dienstleistungsbetriebe haben ein Interesse daran, dass ihre Dienste von möglichst vielen Kunden in Anspruch genommen werden. Wenn durch besondere Familienschutzmassnahmen ihr Kundenkreis vergrössert wird, so liegt dies grundsätzlich in ihrem Interesse.

Die andern, noch nicht behandelten Verkehrsunternehmungen, insbesondere jene für Nachrichtenübermittlung, können wir hier ausser acht lassen, weil sich im Zusammenhang mit ihnen keine besondern Familienschutzprobleme ergeben. Wohl haben die Familien auch zu ihnen gewisse Beziehungen. Sie sind jedoch für beide Seiten kaum von grosser Bedeutung.

II. Die volkswirtschaftlichen Motive

Es geht hier darum, festzustellen, welchen Anteil der Familienschutz an den Bestrebungen nach einer allgemeinen Hebung des Volkswohlstandes haben kann, welchen Einfluss die Familienschutzmassnahmen auf die verschiedenen Bestimmungsgründe des Volkswohlstandes[5]) haben, bzw. wie weit sie geeignet sind, den Wohlstand zu heben. Soweit wir von einer Eignung sprechen können, handelt es sich gleichzeitig um wohlstandspolitische und familienpolitische Ziele.

1. Erhöhung des Nationalproduktes

Wir stellen uns die Frage, ob das Ergebnis der Produktion in quantitativer oder qualitativer Hinsicht durch Familienschutzmassnahmen zu verbessern ist. Besteht die Möglichkeit, dass die Produktion durch die erfolgreiche Anwendung eines der dem Familienschutz zur Verfügung stehenden Mittel angeregt werden kann?

Betrachten wir vorerst die Wirkung des erfolgreichen Familienschutzes allgemein. Wir dürfen annehmen, dass eine gewisse psychische Entlastung der vor schädigenden Einflüssen aller Art (wirtschaftliche, geistige usw.) und vor Bedrückung geschützten Familien und deren Glieder eintritt. Wir können weiter voraussetzen, dass diese Entlastung sich auf die im Erwerbsleben stehenden Familienglieder in dem Sinne vorteilhaft auswirken wird, dass sich ihre Arbeitsleistung verbessert. Damit ist unwillkürlich eine Steigerung der Produktion und eine mindestens quantitative Erhöhung des Nationalproduktes verbunden.

Eine geschützte Familiengemeinschaft kann sich, wie wir bereits gesehen haben, besser ihren innern Aufgaben widmen. Sie wird insbesondere die Erziehung der Kinder vermehrt pflegen und damit die Grundlage für eine bessere berufliche Ausbildung schaffen. Dies trifft besonders auch dann zu, wenn neben dem geistigen Schutz der Familie die wirtschaftlichen Voraussetzungen für die Ausbildung der Kinder erfüllt sind, sei es auf der Einkommens- oder auf der Ausgabenseite. Die berufliche Ausbildung ist volkswirtschaftlich von Bedeutung, weil sie eine qualitative Hebung des Produktionsmittels Arbeit und damit wiederum eine Erhöhung des Nationalproduktes gestattet. Im Gegensatz zu der ziemlich rasch eintretenden Wirkung

[5]) Amonn A., Volkswirtschaftliche Grundbegriffe und Grundprobleme, 2. Auflage, Bern 1944, S. 35.

der psychischen Entlastung der bereits im Produktionsprozess stehenden Familienglieder handelt es sich hier aber um eine nur sehr langsam reifende Folge des Familienschutzes.

Schliesslich wird von einer wirtschaftlichen Besserstellung der Familie auch eine Stärkung ihrer Konsumkraft ausgehen. Diese kann sich u. U. im Sinne des Multiplikatoreffektes auswirken, insbesondere durch die Einschaltung von vorher nicht oder nur teilweise ausgenützten Produktionsmitteln. Die Nachfrage nach Konsumgütern muss sich dabei aber auf eine möglichst grosse Zahl von Verwendungen ausdehnen. Tourismus im Sinne von Erholung ist ein in dieser Beziehung besonders gut geeignetes Mittel zur Absorbierung von Einkommensüberschüssen aus Reallohnerhöhungen.[6]) Sozusagen die gesamte Wirtschaft eines Landes ist in den Kreis der mittelbaren Interessenten am Fremdenverkehr einbezogen.[7]) Aus diesem Grunde lässt sich auch ein volkswirtschaftlich begründeter Familienschutz unter besonderer Berücksichtigung der Verkehrswirtschaft empfehlen.

2. Verteilung

Nicht nur die Gesamtgütermenge, über welche die Glieder eines Volkes verfügen, bzw. das Einkommen, das ihnen zufliesst, machen den Volkswohlstand aus. Es braucht dazu eine geeignete Verteilung unter die einzelnen Volksglieder.[8]) Darunter verstehen wir nicht nur die Verteilung, welche den vom Einzelnen eingebrachten Produktionsmitteln Rechnung trägt, sondern den möglichst gleichmässigen Anteil nach Massgabe seiner wirtschaftlichen Lasten, insbesondere auch der Familienlasten. Der Anteil richtet sich grundsätzlich nach der Menge und Qualität der Produktionsmittel, nach den dafür erzielbaren Preisen und nach den Preisen, welche für die Produkte bezahlt werden müssen.[9]) Den Einfluss des Familienschutzes auf das Produktionsmittel Arbeit haben wir bereits dargestellt. Die beiden andern wichtigen Forderungen, welche sich noch stellen, sind: Familiengerechte Löhne und familiengerechte Preise. Es muss Teilaufgabe jedes volkswirtschaftlich motivierten Familienschutzes sein, der wirtschaftlich schwächeren Familiengemeinschaft, d. h. jener mit geringem Einkommen oder mit verhältnismässig zahlreichen

[6]) Kershaw A. G. und Lickorish L. J., The Demand for Travel in the National Economy, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr. 1/1949, S. 2.

[7]) Dörfel F., Die Universalität des Fremdenverkehrsinteresses, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr Nr. 2/1949, S. 64.

[8]) Amonn A., a. a. O., S. 121 ff.

[9]) Amonn A., a. a. O., S. 122.

Kindern, auf diese Art einen gerechten Anteil am Nationalprodukt zu verschaffen. Als Nebenwirkung von u. U. mehr als nur nebensächlicher Bedeutung ergibt sich auch hier die bereits erwähnte, in gewissen Fällen konjunkturpolitisch bedeutsame Stärkung der Konsumkraft der Familien.

3. Aussenwirtschaft

Kann der Saldo des Aussenwirtschaftsverkehrs durch Familienschutzmassnahmen verbessert werden? Wir beschränken uns bei der Beantwortung dieser Frage auf die Untersuchung der Zweckmässigkeit, d. h. der volkswirtschaftlichen Nützlichkeit der Ausdehnung inländischer wirtschaftlicher Familienschutzmassnahmen auf ausländische Familien. Sollen beispielsweise die in der Schweiz den Familien eingeräumten Vergünstigungen nur den hier ansässigen oder allen, also auch den bei uns zu Gaste weilenden Familien zugänglich sein?

Grundsätzlich können hier ähnliche Ueberlegungen angestellt werden wie bei den betriebswirtschaftlichen Motiven, insbesondere im Zusammenhang mit den Unternehmungen der Verkehrswirtschaft.[10]) Wenn eine Vergünstigung die uns beschäftigenden Wirtschaftszweige zu beleben vermag, dann wird es meistens nicht angezeigt erscheinen, sie den Ausländern vorzuenthalten. Handelt es sich aber beispielsweise um eine ausschliesslich oder vorwiegend bevölkerungspolitisch motivierte Familienschutzmassnahme[11]), so ist die Beschränkung des Berechtigungsanspruches auf Inländer oder Angehörige des eigenen Staates gegeben und verständlich.

4. Zusammenhänge mit Verkehr und Tourismus

Wir haben hier zwei verschiedene Erscheinungen zu betrachten. Es sind dies die Auswirkungen der erfolgreichen, volkswirtschaftlich motivierten Familienschutzbestrebungen auf den Verkehr und den Tourismus in der Binnenwirtschaft einerseits und in der Aussenwirtschaft anderseits.

Binnenwirtschaftlich wirken sich die Schutzmassnahmen, wie wir gesehen haben, in einer Verbesserung der Ausgangslage für die

[10]) S. 16 ff.

[11]) Wir denken etwa an gewisse Fahrvergünstigungen auf den französischen und belgischen Staatsbahnen.

Berufsausbildung der Kinder[12]) aus. Es entsteht der Wunsch zum Besuche höherer Bildungsstätten aller Art. Diese finden sich nicht überall. Die Schüler sind vielfach gezwungen, zum Besuche der Schulen ein Verkehrsmittel zu benützen oder sogar ihren Wohnort für die Dauer der Ausbildung zu verlegen.

Aehnliche Wirkungen lassen sich bei einem durch Familienschutzmassnahmen erzeugten Erstarken der Konsumkraft der Familie erkennen. Die Folgen für Verkehr und Tourismus sind insbesondere dann offensichtlich, wenn Mittel und Wege gefunden werden, um die vermehrte Nachfrage in diese Wirtschaftszweige zu lenken oder wenn sie sich allenfalls von selbst ihnen zuwendet.

Dasselbe gilt grundsätzlich im Aussenwirtschaftsverkehr. Die Nachfrage wendet sich jenen Gütern zu, bei denen die Preise im Sinne einer Begünstigung der Familie gut, d. h. ohne grossen Kontrollapparat verändert werden können und welche für die ausländische Familie relativ leicht erhältlich sind. Darunter befinden sich vor allem die Dienstleistungen des Fremdenverkehrs. Sie stellen eine ausgezeichnete Exportmöglichkeit dar, weil es sich ausschliesslich um Konsumakte handelt.[13])

Schliesslich wollen wir noch erwähnen, dass jede Verbesserung der Arbeit, des Bildungsniveaus, auch der Nachwuchsförderung in Verkehr und Tourismus dient. Damit wird die Produktivität in diesen beiden Wirtschaftszweigen gehoben.

III. Die bevölkerungspolitischen Motive

1. Geschichtlicher Exkurs

Zwischen Wirtschaft und Bevölkerungsstand haben von jeher innige gegenseitige Beziehungen geherrscht.[14]) Einerseits kam den Bevölkerungsbewegungen von jeher ein wesentlicher Einfluss auf den Stand der Wirtschaft zu und anderseits haben sich wirtschaftliche Veränderungen immer wieder auf die Grösse und das Wachstum der Bevölkerung ausgewirkt. Mit der Entstehung der Nationalstaaten ballten sich die Massnahmen zur Beeinflussung des Bevölkerungswachstums im Sinne einer Anpassung an die wirtschaftlichen Gege-

[12]) Gygax P., Sozialpolitik und Familienschutz, in: Der Schutz der Familie, Festgabe für August Egger, Zürich 1945, S. 34.

[13]) Kershaw A. G. und Lickorish L. J., a. a. O., S. 2.

[14]) Bickel W., Bevölkerungsgeschichte und Bevölkerungspolitik der Schweiz, Zürich 1947, S. 11.

benheiten immer mehr zu einer systematischen Planung zusammen, welche in einer eigentlichen Bevölkerungspolitik zum Ausdruck kam. Dass dabei der Familiengemeinschaft als der Urzelle der menschlichen Fortpflanzung und Vermehrung ganz besondere Aufmerksamkeit geschenkt wurde, ist selbstverständlich.

Schon die Merkantilisten haben sich mit dem Bevölkerungsproblem befasst. Sie sprechen sich grundsätzlich für eine dauernde Bevölkerungsvermehrung aus und befürworten die Aufhebung von Eheverboten, die Ausrichtung von Zuschüssen an kinderreiche Familien usw. Die damals sich allmählich heranbildende kapitalistische Wirtschaft bedurfte in vermehrtem Umfange Arbeitskräfte. Jean Bodin sah die Quelle des Reichtums in den produktiven Kräften eines Landes, wobei er allerdings voraussetzte, dass eine genügende Geldmenge vorhanden sei, um diese Kräfte zu wecken und die Produktion zu fördern.

Die von François Quesnay begründete Physiokratie brachte einen radikalen Wechsel in den Ansichten über die Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und Bevölkerung. Der Kausalzusammenhang sei gerade umgekehrt: Die Wirtschaft und nicht die Bevölkerung sei das Primäre. Er setzte voraus, dass zuerst die nötigen Unterhaltsmittel vorhanden seien und dass sich erst nachher die Bevölkerung vermehren könne.

Besonders nachhaltig wirkten sich die Malthus'schen Lehren aus. Es ist jedoch kaum zu bestreiten, dass seine Theorien aus einem gewissen Pessimismus herausgewachsen sind. Insbeondere seine Verhältniszahlen von Bevölkerungswachstum und Zunahme der Nahrungsgrundlage wurden relativ früh als zu pessimistisch, übertrieben und nicht den Tatsachen entsprechend erkannt. Immerhin fand seine Lehre noch in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts in der Schweiz zahlreiche Anhänger, die sich unter dem Eindruck der rapiden Bevölkerungszunahme weitgehend zu seinen Ansichten bekannten und alles menschliche Elend der damaligen Zeit der raschen Bevölkerungszunahme zuschrieben.[15]) Eigenartig berührt, dass Malthus, trotzdem er von der Richtigkeit seiner Aussagen überzeugt war, sich jeder bevölkerungspolitischen Massnahme des Staates gegenüber negativ einstellen und den Vollzug der Strafe für das widersinnige Handeln der Menschen der Natur überlassen wollte.

In Sismondi, Proudhon, List, Oppenheimer und andern fand Malthus dann seine Gegner.[16]) Sie versuchten, die Frage nach dem Kausalverhältnis zwischen Bevölkerung und Wirtschaft in der Weise zu

[15]) Bickel W., a. a. O., S. 115.
[16]) Bericht des Bundesrates, a. a. O., S. 12.

beantworten, dass sie auf die enge gegenseitige Verknüpfung der verschiedenen Tatbestände hinwiesen und darlegten, dass die Wirkung ihrerseits häufig zur Ursache werde. Die Schuld am menschlichen Elend liege nicht an der raschen Bevölkerungszunahme, sondern am Fehlen einer gesellschaftlichen Ordnung.

2. Das Bevölkerungsproblem der Gegenwart

Wenn man die Bevölkerungstheorien der Vergangenheit mit langfristigen Pendelbewegungen zwischen Pessimismus und Optimismus vergleicht, so ist man versucht, jene der Neuzeit und der Gegenwart einem raschen Hin- und Herpendeln gleichzusetzen. Diese Wendungen lassen sich in der Schweiz besonders gut feststellen. Angst vor Ueberbevölkerung wechselt mit Befürchtungen im Zusammenhang mit dem Geburtenrückgang und hat schliesslich einer eher als realistisch zu bezeichnenden Betrachtungsweise Platz gemacht, in der vor allem die Entwicklung des Verhältnisses zwischen Bevölkerungszunahme und Erhöhung der Produktivität im Vordergrund steht. Die letzten fünfzig Jahre haben gezeigt, dass sich dieses Verhältnis in den grossen Linien vorteilhaft gestaltet hat und dass eine gesunde Bevölkerungsvermehrung der Wirtschaft nicht abträglich ist, sondern sich eher befruchtend auswirkt.[17]) Deshalb müssen auch Mittel und Wege gewiesen werden, wie dieses Wachstum geschützt werden kann. Es gibt aber auch heute noch Stimmen, die fragen, ob jede Erweiterung des Lebensspielraumes, den Menschen sich mit Erfindungen mühsam erkämpfen, durch die Bevölkerungszunahme wettgemacht werden soll, statt der Wohlfahrtssteigerung nutzbar gemacht zu werden.[18])

3. Die Rückwirkungen der Bevölkerungspolitik auf Verkehr und Tourismus

Wir wollen hier kurz untersuchen, ob sich eine erfolgreiche bevölkerungspolitische Massnahme in der Form des Familienschutzes irgendwie auf die Verkehrswirtschaft auszuwirken vermag. Dabei setzen wir voraus, dass dieser Eingriff primär lediglich die Förderung des Bevölkerungswachstums zum Ziele hat und die dahinter liegenden

[17]) v. Zwiedineck-Südenhorst O., Allgemeine Volkswirtschaftslehre, 2. Auflage, Berlin 1948, S. 276.

[18]) Röpke W., Die Lehre von der Wirtschaft, 7. Auflage, Erlenbach-Zürich 1954, S. 59.

wirtschaftlichen oder staatspolitischen Zwecksetzungen in diesem Zusammenhang von sekundärer Bedeutung sind.

Solange sich eine absolute Zunahme der Bevölkerung im Rahmen des Nahrungsspielraumes bewegt, werden wir kaum eine ausserordentliche Veränderung der Verkehrswirtschaft feststellen können, d. h. das Gleichgewicht bleibt gewahrt, wenn nicht gleichzeitig Strukturänderungen eintreten. Anders dagegen, wenn die obere Grenze des Nahrungsspielraumes überschritten wird oder, sofern dies bereits der Fall war, sich der Bevölkerungsstand weiter von dieser Grenze entfernt. Hier entsteht eine Ueberschussbevölkerung, bzw. eine bereits vorhandene vergrössert sich über die bisherigen Existenzmöglichkeiten hinaus. Der entsprechende Teil der Bevölkerung ist darauf angewiesen, Güter für das Ausland herzustellen und sie gegen Nahrungsmittel einzutauschen. Es entsteht damit zwangsläufig eine vermehrte Nachfrage nach Verkehrsleistungen. Dadurch ergibt sich eine erste Beziehung zwischen Bevölkerungspolitik und Verkehrswirtschaft.

In einem rohstoffarmen Land wird man zur Produktion der zu exportierenden Güter überdies noch Rohstoffe einführen oder man wird Dienstleistungen im eigenen Land anzubieten versuchen. Die häufigste dieser Dienstleistungen treffen wir im Fremdenverkehr an. Hierin sind denn auch die beiden andern Berührungspunkte von bevölkerungspolitisch motiviertem Familienschutz und Verkehrswirtschaft zu erkennen. Wir müssen aber zugeben, dass es sich dabei um eine sehr lose, indirekte, nur langfristig wirkende Beziehung handelt.

Schliesslich sei noch die direkte Beziehung zwischen Bevölkerungszunahme und Fremdenverkehr erwähnt. Die ausserordentliche Vermehrung der Bevölkerung seit Beginn des 19. Jahrhunderts schuf eine der Hauptgrundlagen für die touristische Massenfrequenz[19]) und es ist nicht zu zweifeln, dass auch ein weiteres Wachstum sich in dieser Beziehung günstig auswirken kann.

[19]) Hunziker W., Der Einzel- und Massenreiseverkehr als touristisches Problem, in: Individuum und Gemeinschaft, Festschrift zur Fünfzigjahrfeier der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1949, S. 14.

IV. Soziologie und Familienschutz

1. Die Familie in der Soziologie

Innerhalb der Soziologie hat sich in neuerer Zeit eine eigene Familiensoziologie entwickelt. [20]) Sie sucht die zahlreichen Probleme darzustellen, zu erklären und zu lösen, die sich aus der bedrängten Lage ergeben, in welche die Familiengemeinschaft in der kapitalistischen und spätkapitalistischen Zeit durch ihre Desintegration geraten ist. Die Notlage hängt eng «mit den Anpassungsschwierigkeiten der Familie an die Entwicklungstendenzen der modernen Wirtschaftsgesellschaft»[21]) zusammen. Unter Notlage ist dabei nicht unbedingt die absolute Not, das schwarze Elend zu verstehen, sondern eben auch die durch das soziale Milieu entstehenden Spannungen zwischen Bedürfnissen und Möglichkeiten zu ihrer Befriedigung.[22]) Wir können dabei zwei Spannungsfelder erkennen. Das eine ist in der Familie selbst gelegen. Das andere fasst die äussern, durch die Beziehungen der Familie zur Umwelt, zu andern Familien, zum Staat usw. verursachten Spannungen zusammen.

Die innern Spannungen sind hauptsächlich aus der Veränderung der Funktionen der Familie und der damit zusammenhängenden Verlagerung der Autorität in der Familie entstanden. Im Haushalt der Unselbständigerwerbenden ist dieser Prozess sehr deutlich wahrnehmbar, während beispielsweise bäuerliche Familien weniger erfasst werden.

Die äussern Spannungen können in der Umschichtung der Gesellschaft und in der dadurch verursachten Mobilität oder in der Veränderung der wirtschaftlichen Grundlage der Familie verankert sein. Sie wirken sich oft in einer mehr oder weniger vollständigen Desorganisation der Familie aus und haben damit indirekt wieder einen ungünstigen Einfluss auf die Gesellschaft.

Alle diese Spannungen entstehen grundsätzlich aus der dynamischen Entwicklung der Menschheit und ihrer Institutionen. Die äussern und innern Grundlagen der Familie gehorchen in ihren Veränderungen andern Gesetzen als die der Ideologien. Leben und Denken entwickeln sich nicht im gleichen Rhythmus. Daraus entstehen die Probleme der Anpassung. Die Familiensoziologie will

[20]) König R., Von der Notwendigkeit einer Familiensoziologie, in: Der Schutz der Familie, Festgabe für August Egger, Zürich 1945, S. 44 ff.

[21]) König R., Zwei Grundbegriffe der Familiensoziologie, in: Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik, Nr. 5/1945, S. 524.

[22]) Lorenz J., Das Familieneinkommen und der Familienschutz, in: Studientagung, Der wirtschaftliche Schutz der Familie, Zürich 1932, S. 48.

Mittel und Wege weisen, wie sich diese Anpassungskrisen vermeiden oder, weil dies nur selten möglich sein wird, verkürzen lassen.

2. Die Beziehungen des soziologisch begründeten Familienschutzes zur Verkehrswirtschaft

Ein Teil der erwähnten Spannungen kann allein schon durch Verbesserung der wirtschaftlichen Grundlagen behoben werden. Den betreffenden Familien wird der Zufluss vermehrter Einnahmen ermöglicht oder es wird ihnen eine grössere Bewegungsfreiheit in Verkehr und Tourismus eingeräumt. Wir stossen hier auf die Begriffe sozialer Verkehr und Sozialtourismus [23]), worunter der Inbegriff der Beziehungen und Erscheinungen zu verstehen ist, die sich aus der Beteiligung konsumkraftschwacher Bevölkerungsschichten am Verkehr bzw. am Tourismus ergeben. Die Einflussnahme auf diese Beziehungen und Erscheinungen können wir als jenen Teil der Sozialpolitik betrachten, der in direkter Berührung mit Verkehr und Tourismus steht.

Andere Spannungen sind geistiger Natur. Sie bestehen nicht nur in wirtschaftlich schwachen Familien. Ein Mittel zu ihrer Behebung ist gegebenenfalls die zweckmässig verbrachte Freizeit. Insbesondere gemeinsame Ferien sind eine ideale Gelegenheit, den Zusammenhalt der Familie zu festigen, das Familienleben zu pflegen, das Zusammensein zu geniessen.[24]) Daraus ergibt sich die Notwendigkeit besonderer Massnahmen im Tourismus, welche geeignet sind, gefährdete Familien auf diesen Weg des Selbstschutzes zu führen.

V. Die ethische Motivierung des Familienschutzes

1. Ethik und Familie

Die Ethik kann als die moralische Haltung des Menschen und das gemässe Verhalten von aus Menschen gebildeten Körperschaften, wie Ehe, Familie, Arbeitsgemeinschaft, Gemeinde, Staat, Kirche betrachtet werden. Die Ethik untersucht die Begriffe der Pflicht, der Tugend und des Guten. Angelpunkt alles Ethischen ist stets das

[23]) Hunziker W., Wesen und Probleme des Sozialtourismus, (Manuskript) Bern 1951, S. 6.
[24]) Schweizerische Zeitschrift für Gemeinnützigkeit, Heft 1/2 1954.

menschliche Gewissen. Mit Ethik befassen sich denn auch in erster Linie die Philosophie und die Theologie.

In den Sozialwissenschaften wird die Familie als die ursprünglichste aller menschlichen Gemeinschaften bezeichnet. Sie ist die «Keimzelle aller menschlichen Gemeinschaft», die «letzte gesellschaftliche Einheit». Die Familie beruht auf naturgegebenen Trieben. Insbesondere in bezug auf die Erhaltung der Kultur, der Sittlichkeit und im Zusammenhang mit der Erziehung kommt ihr ausserordentliche Bedeutung zu. Man spricht deshalb auch von einer ethisch-pädagogischen Motivierung [25]) der Familienschutzbestrebungen. Gleichzeitig wird letztlich das Problem der Familie zum Zentralproblem aller Sozialethik.[26])

Die ethisch-pädagogische Bedeutung der Familie kommt sowohl im Verhältnis der Ehegatten zueinander als in den wechselseitigen Beziehungen zwischen Eltern und Kindern zur Geltung. Sie bildet die Grundlage für die harmonische Ausbildung aller Kräfte der Kinder, für die sittliche, religiöse und soziale Erziehung, welche für das Weiterleben in jeder andern Gemeinschaft, insbesondere auch im demokratischen Staat von ausserordentlicher Bedeutung ist. Deshalb darf die ethische Motivierung des Familienschutzgedankens zu den wichtigsten gezählt werden. Man kann sie sogar als das Zentrum des ganzen Familienschutzes betrachten, bestehen doch zwischen ihr und allen übrigen Zweigen desselben, der Soziallehre, der Wirtschaftslehre und der Bevölkerungslehre usw., engste Beziehungen.

2. Zusammenhänge mit der Wirtschaft

William St. Jevons beschliesst seine Gedanken über das Verhältnis der Volkswirtschaftslehre zur Ethik mit einem Zitat von Francis Bacon: «Während die Philosophen darüber streiten, ob Tugend oder Vergnügen der eigentliche Lebenszweck sind, versieh dich selbst mit den Hilfsmitteln beider.»[27]) Es ist zu bezweifeln, ob sich der moderne Wirtschaftswissenschafter noch derart salomonisch aus der Schlinge ziehen kann, liegt doch in dem heute allgemein verwendeten Wohlstandsbegriff so viel ethisches Gedankengut, dass man es kaum wagen darf einfach darüber hinweg zu gehen. Röpke betrachtet als sittliche Grundlagen der Wirtschaft die ethisch positiven Beziehungen (Altruismus) und die ethisch neutralen Beziehun-

[25]) Bericht des Bundesrates, a. a. O., S. 38 ff.
[26]) König R., Die Familie der Gegenwart, a. a. O., S. 221.
[27]) Jevons W. St., Die Theorie der politischen Oekonomie, Jena 1924, S. 25.

gen (Solidarität).[28]) In der Wirklichkeit kommen die beiden Formen selten rein vor, sondern meistens als Mischung.

Der ethisch motivierte Familienschutz ist nun bestrebt die Wirtschaft in dem Sinne zu beeinflussen, dass die ethisch positive und die ethisch neutrale Richtung in den Vordergrund treten. Der wirtschaftlich schwachen Familie, der Familie mit einem kleinen Einkommen oder mit grosser Kinderzahl sollen Vorteile zukommen, auf die sie nach dem reinen Leistungsprinzip keinen Anspruch hätte. Aufgabe der Träger des Familienschutzgedankens ist es dabei, Mittel und Wege zu finden, wie dies bewerkstelligt werden kann, ohne dass die Wirtschaft, welche ja ihrerseits selbst Grundlage der Familie ist, dabei Schaden leidet und ihre Leistungsfähigkeit einbüsst. Dies gilt ganz besonders für die konsumnahen Wirtschaftszweige, zu denen wir auch die Verkehrswirtschaft zählen.

[28]) Röpke W., a. a. O., S. 19.

3. Kapitel

Der Bedarf der Familie an Verkehrs- und Fremdenverkehrsleistungen und die Möglichkeiten zu dessen Deckung

Bevor wir abzuklären versuchen, welche effektiven Möglichkeiten zur Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus vorhanden sind, ist es notwendig, ein paar grundlegende Begriffe und Tatsachen zu untersuchen. Wir wollen vorerst die Begriffe Verkehr und Tourismus kurz definieren. Anschliessend sollen Art und Umfang des Bedarfes der Familiengemeinschaft auf dem Gebiete des Verkehrs und des Tourismus, sowie die Möglichkeiten zu dessen Deckung dargestellt werden.

I. Die Begriffe Verkehr und Fremdenverkehr (Tourismus)

Wir können grundsätzlich jede räumliche Uebertragung von Personen, Gütern und Nachrichten als Verkehr bezeichnen. In bezug auf die Familiengemeinschaft heisst dies, dass erstens alle Fahrten irgendwelcher Art der Familienglieder (auch innerhalb des Wohnortes), zweitens alle Warentransporte der Familie und drittens alle Nachrichtenübermittlungen der Familie Verkehr sind. Als Beziehungsmoment wollen wir die Bezahlung der daraus entstehenden Kosten verwenden und deshalb hier nur jenen Verkehr betrachten, für den die Familiengemeinschaft als solche direkt aufkommt oder aufzukommen hätte. Dass der Personenverkehr dabei besonders in den Vordergrund tritt, liegt auf der Hand. Wir werden deshalb diesem unsere besondere Aufmerksamkeit zuwenden und den Waren- und Nachrichtenverkehr ausser acht lassen.

Unter Fremdenverkehr können wir verstehen «den Inbegriff der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus dem Aufenthalt Orts-

fremder ergeben, sofern durch den Aufenthalt keine Niederlassung begründet wird oder damit keine Erwerbstätigkeit verbunden ist».[1])

Die Teilnahme der Familiengemeinschaft als solche oder einzelner ihrer Glieder genügt zur Unterscheidung von andern Fremdenverkehrsteilnehmern vollauf.

Die beiden Begriffe überschneiden sich teilweise, indem zahlreiche Beziehungen der Familie zum Verkehr gleichzeitig Beziehungen zum Tourismus darstellen und umgekehrt.

II. Der Bedarf der Familie auf dem Gebiete des Verkehrs und des Tourismus

1. Die Entstehung des Bedarfes im allgemeinen

Von Zwiedineck[2]) nennt die Gesamtheit der zur Erreichung von Zwecken als notwendig erkannten Mittel Bedarf. Das Wachwerden von Bedürfnissen ist auf die verschiedensten physiologischen, psychologischen, kulturhistorischen und soziologischen Tatbestände zurückzuführen. Hunziker[3]) unterscheidet bei diesen Tatbeständen drei grosse Gruppen von Gestaltungskräften, die auf den Bedarf einwirken: Die höchstpersönliche Lebenssphäre, das kulturelle Erbgut und die soziale Umwelt. Die Zusammenfassung der physiologischen und psychologischen Tatbestände in eine einzige Gruppe mag zwar nicht immer zweckmässig sein: für den Wirtschaftswissenschafter bringt sie jedoch eine gewisse Vereinfachung. Wir übernehmen sie deshalb in den nachfolgenden Betrachtungen und fügen lediglich dem Begriff «höchstpersönliche Lebenssphäre» in Klammern «biologische Sphäre» bei.

Die aus der höchstpersönlichen Lebenssphäre wirkenden Gestaltungskräfte sind Triebe, Neigungen und Abneigungen, Lust- und Unlustgefühle. Bentham[4]) versucht sie zu messen nach der Stärke, der

[1]) Hunziker W., Fremdenverkehr und Wissenschaft, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr. 1/1946.

[2]) v. Zwiedineck-Südenhorst O., Allgemeine Volkswirtschaftslehre, 2. Auflage, Berlin 1948, S. 33.

[3]) Hunziker W., Der Einzel- und Massenreiseverkehr als Touristisches Problem, in: Individuum und Gemeinschaft, Festschrift zur Fünfzigjahrfeier der Handels-Hochschule St. Gallen 1949, St. Gallen 1949.

[4]) Bentham J., An Introduction to the Principles of Morals and Legislation, Band I, 2. Auflage, London 1823.

Dauer, der Gewissheit und der Entfernung, ferner nach der Aussicht, welche ein Gefühl besitzt, dass ihm Gefühle gleicher Art folgen werden, der Aussicht, dass ihm nicht Gefühle entgegengesetzter Art folgen werden und der Ausdehnung auf die Zahl der Personen, auf welche sich das Gefühl erstreckt. Alle diese Umstände sind zweidimensional, in zeitlicher und quantitativer Hinsicht zu betrachten.[5]) Die meisten Gefühle sind Schwankungen unterlegen, welche verschiedenen äussern und innern Einflüssen gehorchen. Einer dieser Einflüsse kann in der Werbung erkannt werden, auf die wir, weil sie in Verkehr und Tourismus eine besondere Bedeutung hat, noch zurückkommen werden. Daneben gibt es auch Triebe, Instinkte und Neigungen, welche wir als historisches Erbgut [6]) bezeichnen können, beispielsweise Neugier, elterlicher Instinkt und Wandertrieb. Sie sind wohl von Mensch zu Mensch verschieden, bleiben aber in ihrer Gesamtheit doch ziemlich konstant und unbeeinflussbar.

Unter kulturellem Erbgut sind die aus Traditionen aller Art fliessenden Bedürfnisse zu verstehen. Sie sind im Laufe der Geschichte grossen Veränderungen unterworfen gewesen, welche nicht zuletzt auf die mannigfachen sozialen Umwälzungen zurückzuführen sind.

Die soziale Umwelt, d. h. die aus der dynamischen Entwicklung der Gesellschaft entstehenden Spannungen schliesslich rufen eine Reihe weiterer Gefühle und Neigungen hervor. Die innerhalb und ausserhalb der Familie wirkenden haben wir bereits früher gestreift und dabei festgestellt, dass sie insbesondere auf zunehmende Mobilität, Veränderung der wirtschaftlichen Grundlagen der Familie usw. zurückzuführen sind.

Wie wirken sich nun alle diese Gefühle und Neigungen auf den Bedarf in Verkehr und Tourismus aus? Es ist kaum möglich, eine vollständige Uebersicht zu geben. So zahlreich die Ursachen sind, so zahlreich sind auch die Wirkungen. Direkten Einfluss auf die Grösse und Intensität der Bedürfnisse können wir am ehesten aus der Reiselust oder -unlust und dem Nachahmungstrieb ableiten. Diese in der höchstpersönlichen Lebenssphäre bzw. im kulturellen Erbgut einerseits und in der sozialen Umwelt anderseits verankerten Triebe machen sich auch in der Familiengemeinschaft bemerkbar. Sie nicht befriedigen heisst vielfach ein Vakuum, eine Spannung entstehen lassen. Die Wirkungen dieser Spannung bzw. deren Ursachen beseitigen ist ein Ziel der Familienschutzbestrebungen im engern Sinne.

[5]) Jevons W. St., a. a. O., S. 28.

[6]) Krapf K., Der touristische Konsum, Ein Beitrag zur Lehre von der Konsumtion (Manuskript).

2. *Der Bedarf der Familie auf dem Gebiete des Verkehrs*

Wir können hier zwei grosse Gruppen unterscheiden. Auf der einen Seite steht der sogenannte Kann-Verkehr, auf der andern der Muss-Verkehr. Das Unterscheidungsmerkmal liegt in der Intensität des Bedürfnisses. Der Verkehr mit einer nur geringen Nachfrageelastizität wird als Muss-Verkehr bezeichnet, jener mit einer grossen Nachfrageelastizität als Kann-Verkehr. Dass wir dabei keine ganz genaue Trennung vorzunehmen vermögen, liegt auf der Hand. Die nachfolgenden Darlegungen erheben denn auch nicht unbedingt Anspruch auf absolute Vollständigkeit. Sie können je nach dem Standpunkt, den man bei der Betrachtung der Einzelprobleme einnimmt, mehr oder weniger modifiziert werden.

Im Zusammenhang mit der Familie betrachten wir jenen Verkehr als Muss-Verkehr, welcher sich zu Zwecken der Erwerbswirtschaft[7]) im weitern Sinne abwickelt. Unter Erwerbswirtschaft wollen wir dabei nicht nur die eigentliche Produktion, sondern auch die Schaffung der Voraussetzungen dazu, z. B. die Ausbildung verstehen. Es fallen unter den Muss-Verkehr also insbesondere Fahrten zur Arbeit und zur Schule.

Die Fahrten zur Arbeit sind weitgehend durch die Arbeitsteilung in der heutigen Wirtschaft und durch die Siedlungspolitik bedingt. Neben wenigen Selbständigerwerbenden, deren Arbeits- und Wohnstätte örtlich getrennt liegen, sind es vor allem die vielen unselbständig Erwerbenden, welche die Mittel für den Unterhalt der Familie an einem fremden Arbeitsplatz verdienen müssen und die deshalb vielfach gezwungen sind, den mehr oder weniger langen Weg zwischen Wohn- und Arbeitsort mit einem Verkehrsmittel zurückzulegen. Dieser Weg zur Arbeit erhält mit der Entwicklung des Siedlungswesens immer grössere Bedeutung. Im Familienbudget nehmen die Verkehrsauslagen eine zunehmend wichtigere Stellung ein.[8]) Gleichzeitig erwachsen besonders den öffentlichen Transportunternehmungen immer bedeutendere Aufgaben.[9])

Bei den Fahrten zur Schule sind besonders jene der Kinder zu

[7]) Fischer W., Die Personenfahrpreise der Schweizerischen Bundesbahnen 1914—1920, Diss., Zürich 1924, S. 1.

[8]) Das zeigen die von Kull angestellten Vergleiche sehr deutlich (Erhebungen über Haushaltrechnungen in den Vereinigten Staaten und der Schweiz, in: Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik, Nr. 1/1945).

[9]) Chenaux F., Le rôle des chemins de fer dans le développement futur des transports, in: Problèmes de l'après-guerre, Nr. 6 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverker an der Handels-Hochschule St. Gallen, Lausanne 1943, S. 85.

betrachten. Die zunehmende Technisierung der Wirtschaft verlangt eine immer bessere und umfassendere Ausbildung, die oft den Besuch von Spezialschulen notwendig macht. Diese finden sich nicht überall und können vielfach nur mittels Benützung von Verkehrsmitteln erreicht werden.

Neben den regelmässigen Fahrten zur Arbeit und zur Schule können wir eine weitere Gruppe erkennen, bei der wohl die Intensität des Bedürfnisses teilweise etwas kleiner ist, die aber meistens doch noch zu den Muss-Fahrten gerechnet werden. Es sind dies die gelegentlichen Fahrten, welche durch die Gesundheitspflege bedingt sind, dann solche im Zusammenhang mit der Erfüllung religiöser Pflichten usw.

Je weiter wir uns von diesem irgendwie aus materiellen, religiösen, sozialen oder kulturellen Gründen als notwendig erachteten Konsum der Familie entfernen, desto mehr nähern wir uns jenem Verkehr, den man als eigentlichen Kann-Verkehr bezeichnet. Wir finden hier insbesondere alle Fahrten zu Vergnügungsanlässen, zum Besuch von Abendkursen und dergleichen. Während beim Muss-Verkehr vielfach, ja sogar fast ausschliesslich nur einzelne Glieder der Familiengemeinschaft eine Fahrt auszuführen haben, wird hier die Familie öfters gemeinsam, als Gruppe reisen. Die wichtigste Kategorie der Kann-Fahrten ist schliesslich in den Ausflügen und Ferienreisen zu erblicken, auf die wir im folgenden Abschnitt noch zurückkommen werden.

Im Zusammenhang mit den gemeinsamen Reisen stossen wir auch auf den verhältnismässig geringen Güterverkehr der Familie. Er entsteht aus der Mitnahme eines gewissen Minimums an Gepäck, besonders bei Familien mit Kleinkindern (Kinderwagen).

3. Der touristische Bedarf der Familie

Entsprechend der Definition des Fremdenverkehrs können wir sagen, dass sich der Bedarf der Familie auf dem Gebiete des Tourismus aus allen Reisen ergibt, die nicht mit der Erwerbswirtschaft im weitesten Sinne zusammenhängen. Dabei sind verschiedene Gruppen zu erkennen: kurze Ausflugsfahrten einerseits und Ferienreisen anderseits. Der Bedarf kann aber auch gegliedert werden in solchen, der sich aus der Ortsveränderung selbst und aus dem Aufenthalt am fremden Ort ergibt. Wir wollen uns in der Folge an diese Unterscheidung halten.

Den Bedarf, welcher aus der Ortsveränderung entsteht, haben wir bereits kennen gelernt. Reisen bildet. Das gilt besonders auch für

die heranwachsende Jugend. Deshalb sind gute Eltern geradezu verpflichtet, ihren Kindern diesen Anschauungsunterricht zu vermitteln. Reisen können aber auch Gesundheitsspender sein. Die zunehmende Verstädterung bringt notgedrungen teilweise ungesunde Lebensverhältnisse mit sich. Dieser Nachteil kann durch häufigen Aufenthalt in der Natur etwas ausgeglichen werden. Von besonderem Wert sind dabei länger dauernde Aufenthalte ausserhalb der Stadt. Ein weiteres Argument für die Familienreise ist das gemeinsame Erleben der Natur, das gemeinsame Verbringen der Ferien, welches, wie wir bereits feststellten, den innern Zusammenhang der Familie zu festigen vermag. Mit den länger dauernden Aufenthalten hängt naturgemäss ein Bedürfnis nach Unterkunft und Verpflegung am fremden Ort zusammen. Sofern die Familie nicht in der Lage ist, dieses mit eigenen Mitteln, z. B. im eigenen Ferienhaus zu befriedigen, ist sie auf die Inanspruchnahme fremder Hilfe angewiesen. Sie muss im Hotel oder anderswo beherbergt werden.

Aus allen diesen Ueberlegungen ergibt sich eine relativ starke Intensität des touristischen Bedarfes der Familie. Trotzdem es sich heute noch weitgehend um einen Wahlbedarf handelt, zeigt der bei der Aufarbeitung von Haushaltrechnungen ermittelte Variabilitätskoeffizient der Ausgaben doch ein hohes Mass an Dringlichkeit.[10]) Die stärkere Beanspruchung der menschlichen Kräfte im Erwerbsleben und in der Schule, die Konzentration der Bevölkerung in den Städten sowie die veränderte Lebensweise allgemein bewirken eine immer mehr zunehmende Intensität des Reise- und Ferienbedürfnisses.[11]) Es wurde schon der Versuch unternommen, eine touristische Minimalbedarfseinheit zu definieren. Dass dies ein praktisch unmögliches Unterfangen ist, wird bei Hunziker[12]) gesagt und durch unsere Gliederung der Gestaltungskräfte des Bedarfes bestätigt. Dagegen ist es denkbar, dass man für gewisse häufig vorkommende Familientypen auf Grund ausgedehnter Bedarfsanalysen Annäherungswerte zu ermitteln vermöchte, welche bei den weitern Arbeiten an der Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus gute Dienste leisten könnten.

[10]) Haushaltrechnungen von Familien unselbständig Erwerbender, 1936/37 und 1937/38, Sonderheft der «Volkswirtschaft», Bern 1942, S. 121.

[11]) Gölden H., Die Entwicklung der Nachfrage im Fremdenverkehr, in: Zeitschrift für schweizerische Statistik u. Volkswirtschaft, Heft 1/1940, S. 84.

[12]) Hunziker W., Wesen und Probleme des Sozialtourismus, a. a. O., S. 22, sowie der dort zitierte Schulthess K.

III. Versuch zu einer teilweisen Ermittlung des Bedarfes der Familie

Die Berechtigung gewisser minimaler Familienschutzmassnahmen in Verkehr und Tourismus ist durch die psychischen Spannungen[13]) bereits weitgehend gegeben. Dagegen ist noch nicht einwandfrei nachgewiesen, dass tatsächlich ein unbefriedigter Bedarf vorhanden ist, denn erst dieser berechtigt, wirtschaftlich gesehen, zu besondern Eingriffen. Der Bedarfsüberhang kann nur durch eine ausgedehnte Erforschung der Märkte einwandfrei bestimmt werden. Wir werden am Schlusse der Arbeit auf die Notwendigkeit derartiger Erhebungen zurückkommen. Leider liegen heute nur vereinzelte, eher summarische Arbeiten vor, die sich für eine fundierte Aussage mehr oder weniger eignen. Sie richten sich vornehmlich auf den Ferienbedarf der Familien. Wir greifen zwei Beispiele heraus, denen die Zahlen der Tabelle 1 entnommen sind.

Tabelle 1: Ferienverbringung von Arbeitnehmerfamilien

Ort	Schweiz*)	Frankreich**)
	%	%
Zu Hause, weil anderswo zu teuer	**31**	**27**
Zu Hause, andere Gründe***)	23	24
Hotel	11	10
Ferienwohnung	3	4
Zelt	3	3
Verwandte, Freunde	29	32

*) Umfrage des Schweiz. Metall- und Uhrenarbeiterverbandes in Aarau, 1955
**) Institut national de la Statistique et des Etudes économiques, 1951
***) Vorwiegend ebenfalls finanzieller Art, z. B. Krankheiten in der Familie

Diese nicht unmittelbar vergleichbaren Zahlen beweisen noch nicht endgültig, dass ein ungedeckter Bedarf nach Beherbergungsleistungen von 31% in der Schweiz, bzw. 27% in Frankreich vorliegt. Wenn aus «andern Gründen» die Ferien zu Hause verbracht werden, so darf

[13]) S. 26 ff.

auf ein zum Teil fehlendes Bedürfnis nach Ortsveränderung geschlossen werden. Bei einem Teil der Familien mag ferner lediglich die Meinung vorherrschen, dass die auswärts verbrachten Ferien zu teuer seien, während sie sich solche in Wirklichkeit vielleicht leisten könnten. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit einer Beratung und Werbung, durch welche die betreffenden Familien auf vorhandene und nicht ausgenützte Möglichkeiten aufmerksam gemacht werden.

IV. Die Funktionen der Nachfrage

Als Nachfrage betrachten wir «die Bereitwilligkeit, an einem bestimmten Zeitpunkt oder während eines bestimmten Zeitraumes zu variablen Preisen variable Mengen, und zwar in der Regel zu steigenden Preisen sinkende Mengen eines Gutes einzutauschen, d. h. zu kaufen».[14]) Die Nachfrage der Familie in Verkehr und Tourismus ist meistens gleichzeitig die Bereitschaft zu einem letzten Konsumakt. Darunter fallen nicht nur Güter, sondern auch Dienstleistungen.[15])

Jedes Wirtschaftssubjekt bestimmt seine Nachfrage, bewusst oder unbewusst, nach einem Plan, den v. Zwiedineck[16]) Verbrauchswirtschaftsplan nennt. Dieser Plan wird beherrscht durch Nutzenerwägungen, durch die Rangliste der Bedürfnisse, die verfügbaren Mittel und die Preise der begehrten Gütermengen. Er spiegelt den «Schlüssel zur Auswahl der Güter und damit zum Vollzug der Konsumtion», d. h. den Lebensstandard[17]), wider.

Die Entstehung der Bedürfnisse haben wir bereits dargelegt. Die Rangliste kommt zustande durch die Bedarfsintensität und die Kenntnis der Befriedigungsmittel.[18]) Wir haben nun noch die andern beiden Funktionen der effektiven Nachfrage, Einkommen und Preis, zu betrachten.

[14]) Sieber H., Preistheorie, vervielfältigte Vorlesung, Muri/Bern 1954, S. 18.

[15]) Krapf K., der touristische Konsum, a. a. O., S. 5.

[16]) v. Zwiedineck-Südenhorst O., a. a. O., S. 42.

[17]) Krapf K., Der touristische Konsum, a. a. O., S. 11.

[18]) Wir können uns hier dem von v. Zwiedineck-Südenhorst (a. a. O., S. 45) aufgestellten Schema der Bestimmungsgründe des Verbrauchswirtschaftsplanes nicht anschliessen. Die individuelle Nachfrage nach einem Gute wird bestimmt durch den auf preisgewogene Mengeneinheiten bezogenen Grenznutzen (Sieber, a. a. O., S. 153).

1. Die Bedeutung des Einkommens

Die Bedeutung des Einkommens kann in zweifacher Hinsicht untersucht werden. Vorerst interessiert uns die Beziehung zwischen dessen Grösse und der Nachfrage nach Verkehrs- und Touristikleistungen allgemein. Ferner sollen die Veränderungen dieser Nachfrage bei einer Veränderung des Einkommens betrachtet werden.

Das Einkommen bildet «die materielle Grundlage, das Substrat jedes Konsumaktes, somit auch der Teilnahme am Fremdenverkehr.»[19]) Ohne Einkommen keine Nachfrage. Aber auch ohne Bedürfnis keine Nachfrage. Wir haben bereits gesagt, dass das einzelne Wirtschaftssubjekt einen Verbrauchswirtschaftsplan auf Grund der Intensität der Bedürfnisse und der Höhe der Preise aufstellt. An vorderster Stelle stehen die dringendsten Wünsche und Verlangen. Das sind jene nach Nahrung, Kleidung und Wohnung. Eng mit ihnen hängen zusammen die Bedürfnisse nach Gütern und Dienstleistungen, welche dazu geeignet sind, die Deckung des lebensnotwendigen Bedarfes (z. B. Muss-Reisen) zu ermöglichen oder zu verbessern. Unter gewissen Voraussetzungen ist es sogar so, dass Muss-Reisen geradezu grundlegende Voraussetzungen für den Erwerb eines Einkommens sind. Sie haben in diesem Fall die gleiche Wirkung wie beispielsweise die Steuern. Sie vermindern das Bruttoeinkommen. Sind einmal aus dem übrig bleibenden Nettobetrag die dringendsten Bedürfnisse nach Nahrung, Kleidung und Wohnung gedeckt, so besteht erst die Möglichkeit zur Bildung einer Nachfrage nach weitern Gütern und Dienstleistungen, z. B. im Zusammenhang mit Ausflügen und Ferien. Wir wollen damit nicht sagen, dass die letztern früher oder später nicht auch zum existenzminimalen Bedarf gehören können. Die Beobachtung der Wirklichkeit lehrt aber doch, dass zuerst immer das absolute, physiologische Existenzminimum[20]) gedeckt wird und dass erst der Ueberschuss zur Befriedigung des in das relative, soziale Existenzminimum hineinreichenden Bedarfes verwendet wird.

Bei der Betrachtung der Wirkungen, die von der Veränderung der Einkommen ausgehen, können wir uns an die Regel halten, dass sich die Wirtschaftssubjekte grundsätzlich vom Bestreben nach Erzielung eines optimalen Gesamtnutzens leiten lassen.[21]) Dieser wird erreicht, indem das Individuum sich zuerst jenen Gütern zuwendet, bei welchen die grösste Bedürfnisdringlichkeit besteht und die deshalb vor andern Gütern in die Klasse eines bestimmten preisgewogenen

[19]) Krapf K., Der touristische Konsum, a. a. O., S. 48.
[20]) Hunziker W., Wesen und Probleme des Sozialtourismus, a. a. O., S. 48.
[21]) Sieber H., a. a. O., S. 55.

Grenznutzens treten. Je kleiner nun das Einkommen wird, desto ausgeprägter verlagert sich die Nachfrage auf die Güter des existenzminimalen Bedarfes. Die Zahlen der Tabelle 2 veranschaulichen dies deutlich. Die mit zunehmendem Einkommen eintretende relative Abnahme der zum existenzminimalen Bereich gehörenden Ausgaben bedeutet, dass Mittel für andere Bedürfnisse frei werden. Sie werden im sog. Wahl- oder Luxusbedarf verwendet. Darunter befindet sich vorläufig auch die touristische Leistung, in Konkurrenz mit zahlreichen andern Gütern (wie das beispielsweise der Anteil Bekleidung in Tabelle 2 zeigt). Weil der Zwangsbedarf als mehr oder weniger feste Grösse zurückbleibt, wächst z. B. die touristische Konsumquote mit steigendem Einkommen nicht nur proportional, sondern progressiv.[22]) Es sind dies Gesetzmässigkeiten, die bereits von Engel und Schwabe beschrieben wurden.[23]) Sie gelten aber nur mit gewissen Vorbehalten auf die wir noch zurückkommen werden.[24]) Das Ausmass der Progression beginnt sich von einem bestimmten Punkte an zurückzubilden, um unter Umständen sogar unter den Nullpunkt zu sinken.

Tabelle 2: Ausgaben für die wichtigsten Existenzbedarfsgruppen nach Einkommen*)

Einkommen	Nahrungsmittel	Bekleidung	Miete
sFr.	%	%	%
bis 8 000	36,8	8,9	13,3
8 000— 9 000	35,4	7,8	13,4
9 000—10 000	31,0	8,8	13,2
10 000—11 000	30,4	9,2	13,1
11 000—12 000	29,2	9,3	13,3
12 000—13 000	27,2	9,8	13,0
13 000—14 000	27,1	10,4	12,1
14 000—15 000	25,5	9,6	11,9
über 15 000	23,0	10,1	11,2

*) Haushaltrechnungen 1954 des Bundesamtes für Industrie, Gewerbe und Arbeit.

[22]) Krapf K., Der touristische Konsum, a. a. O., S. 55.

[23]) s. auch Weber M., Erholung und Einkommen, in: Erholung und Arbeitskraft, Nr. 7 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1945, S. 61.

[24]) s. S. 43.

Damit ist die bei der Betrachtung des Bedarfes der Familie auf dem Gebiete der Verkehrswirtschaft erkannte relativ grosse Elastizität der Nachfragemenge in Abhängigkeit vom Einkommen bestätigt. In der Familie mit kleinerem Einkommen kann sich nur eine sehr bescheidene Nachfrage nach Verkehrs- und Touristikleistungen bilden. Dies wiederum heisst, dass jede Einkommensverbesserung über das Existenzminimum hinaus vor allem jenen Wirtschaftszweigen zugute kommt, welche den Wahl- oder Luxusbedarf befriedigen, oder, wie Weber[25]) sagt, dass wenige Wirtschaftsgruppen so stark an einer Verbesserung der Realeinkommen der breiten Volksmassen interessiert sind wie die Hotellerie, die Bahnen und die übrigen Zweige des Fremdenverkehrs (s. auch Tabelle 3).

Tabelle 3: Verwendung des Einkommens für Verkehrs- und Touristikleistungen*)

Einkommen sFr.	Durchschnitt sFr.	Berufs- und andere Fahrten		Ferien und Erholung	
		sFr.	in % des Einkommens	sFr.	in % des Einkommens
bis 8 000	7 046.50	53.40	0,76	125.70	1,78
8 000— 9 000	8 582.20	89.50	1,04	221.30	2,58
9 000—10 000	9 220.30	84.10	0,88	336.30	3,53
10 000—11 000	10 546.80	114.70	1,09	366.90	3,48
11 000—12 000	11 449.—	129.50	1,13	404.50	3,53
12 000—13 000	12 465.40	137.—	1,10	467.90	3.75
13 000—14 000	13 440.60	171.—	1,27	516.40	3,84
14 000—15 000	14 488.60	155.40	1,07	669.80	4,62
über 15 000	17 777.70	234.30	1,32	814.60	4,58

*) Haushaltrechnungen 1954 des Bundesamtes für Industrie, Gewerbe und Arbeit.

Bei der Betrachtung der empirischen Zahlen stossen wir noch auf eine andere, ebenso interessante Abhängigkeit. Sie drückt die Veränderung der Nachfrage mit zunehmender Kinderzahl innerhalb ein und derselben Einkommensstufe aus. (Tabelle 4). Auch hier zeigt sich, dass die Nachfrage auf dem Gebiete von Bildung und Erholung eine

[25]) Weber M., a. a. O., S. 61.

ausgeprägte Elastizität aufweist, während dies bei den Verkehrsausgaben (Muss-Verkehr) nicht der Fall ist. Eine Einkommensverbesserung bei den kinderreichen Familien kommt deshalb ebenfalls vor allem der Bildung und Erholung zugute, d. h. hauptsächlich dem Tourismus im weitesten Sinne.

Tabelle 4: Ausgaben für Nahrungsmittel, Bekleidung, Miete, Bildung, Erholung und Verkehr in % des Einkommens*)

Familien	Nahrungsmittel	Bekleidung	Miete	Bildung, Erholung	Verkehrsausgaben
	%	%	%	%	%
Alle Familien	29,4	9,3	12,8	8,1	3.4
Arbeiterfamilien	32,1	9,2	12,7	7,5	3,2
Angestelltenfamilien	26,5	9,4	13,1	8,7	3,6
Ehepaar mit:					
1 Kind	28,2	8,4	12,5	8,0	3,4
2 Kindern	28,8	9,3	12,9	8,5	3.4
3 Kindern	31,5	9,8	13,0	7,7	3.4
4 Kindern	31,4	9,3	13,3	7,1	3,7

*) Haushaltrechnungen 1954 des Bundesamtes für Industrie, Gewerbe und Arbeit.

Diese knappen Ausführungen sagen deutlich, dass jede Massnahme, die der Familie einen vermehrten Anteil an Verkehr und Tourismus sichern will, sich primär mit dem Familieneinkommen befassen muss. Wir stossen dabei auf das vieldiskutierte Problem des Familienlohnes und der Familien- bzw. Kinderzulagen, das im Rahmen dieser Arbeit nicht weiter behandelt werden kann. Es genügt, festzustellen, dass jede Verbesserung des Familieneinkommens, insbesondere der wenig konsumkräftigen und kinderreichen Familie, sich früher oder später für die Verkehrswirtschaft günstig auswirken kann. Gafner[26]) schreibt mit Recht, dass (neben einer angemessenen Feriengesetzgebung) eine Lohnpolitik notwendig ist, die unter Würdigung des Familienschutzgedankens die Regeneration der Arbeitskraft ermöglicht. Eine solche Lohnpolitik wird vor allem jene Familien begünstigen müssen, deren

[26]) Gafner M., a. a. O., S. 29.

Eltern sich auf dem Wege zum zweiten Tief (Zeitpunkt des Eintritts der Kinder in das Erwerbsleben) der «Schicksalskurve der Durchschnittsfamilie»[27]) befinden. Nach der Zahl der Kinder und deren Alter abgestufte Zulagen vermögen diese Forderung am ehesten zu erfüllen.

2. Die Bedeutung des Preises

Die Preistheorie lehrt uns, dass der Preis in der freien Marktwirtschaft durch das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage zustande kommt. Bei niedrigerem Preis werden grundsätzlich grössere Mengen nachgefragt und bei höherem Preis kleinere Mengen. Je nach der Elastizität der Nachfrage, d. h. nach der Steilheit der entsprechenden graphisch dargestellten Kurven vollzieht sich die Bewegung rascher oder langsamer.

In die uns beschäftigende Praxis umgedacht bedeutet dies, dass bei sinkenden Preisen grundsätzlich mehr Verkehrsleistungen, mehr Logiernächte usw. nachgefragt werden. Die Menge wird dabei relativ nicht im gleichen Ausmass steigen, wie sich der Preis senkt, sondern vorerst progressiv zunehmen. Eine Preissenkung um 20% wird theoretisch eine Mengenerhöhung um 25% bewirken, eine Preissenkung um 50% eine Mengenzunahme um grundsätzlich 100%. Weil eine Preisermässigung indirekt einer Einkommensverbesserung gleichkommt, kann damit gerechnet werden, dass sich diese innerhalb gewisser Grenzen auch wirklich in einer progressiven Steigerung der Nachfrage nach touristischen Leistungen ausdrückt.

Eine Preissenkung kann sich ferner auch dahin auswirken, dass ein Gut plötzlich, lediglich durch die Senkung bedingt, verhältnismässig viel wohlfeiler erscheint, als dies nach dem oben geschilderten Preismechanismus der Fall sein müsste. Wir knüpfen hier an den Tatbestand der Ausverkaufspsychose an, bei der vielfach alle mathematischen Gesetze ausgeschaltet werden. Die individuellen Nutzenfunktionen werden durch die Preisveränderung überproportional beeinflusst, indem der psychologische Preis die Intensität der höchstpersönlichen Gefühle zu verändern vermag. Die Wirkung wird dabei oft sehr stark, aber eher nur von verhältnismässig kurzer Dauer sein. Deshalb darf man den Erfolg einer Preissenkung keinesfalls überschätzen. Die Wirklichkeit zeigt überdies, dass das Ausmass der mengenmässigen Nachfragesteigerung von Gut zu Gut recht verschieden ist. Verkehr und Fremdenverkehr gehören eher zu jenen

[27]) Lorenz J., a. a. O., S. 48.

Wirtschaftszweigen, in denen andere als rein wirtschaftliche Nutzenerwägungen selbst bedeutende Preisausschläge zu neutralisieren vermögen.[28])

Wir haben bei der bisherigen Betrachtung der Auswirkungen einer Preissenkung immer vorausgesetzt, dass ihr die Nachfragesteigerung zwangsläufig auf den Fuss folgen werde. Dies bedingt in jedem Falle das Vorhandensein eines entsprechenden Bedarfes. Es wurde schon gesagt, dass dieser Bedarf jedoch nicht unermesslich ist, sondern in bezug auf ein bestimmtes Gut mit zunehmender Sättigung oder mit dem Auftreten anderer Bedürfnisse abnimmt. Die Aussage, dass sich die Preissenkung in einer progressiven Steigerung der Nachfragemenge auswirken werde, bedarf deshalb einer Einschränkung. Sie gilt nur bis zu einem Kulminationspunkt. Ist dieser erreicht, so tritt ein Stagnieren oder sogar eine Rückbildung der Nachfrage ein, wobei weitere Preissenkungen nur noch eine relative Erhöhung der Einkommen, aber keine weitere Vermehrung der nachgefragten Menge des verbilligten Gutes nach sich ziehen wird.

[28]) Krapf K., Der touristische Konsum, a. a. O., S. 58.

Die Möglichkeiten zur Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus

A. Die wichtigsten Träger und deren Möglichkeiten

I. Der Staat

1. Allgemeine Voraussetzungen

Die Diskussion um die Staatsinterventionen aller Art deckt ein ausserordentlich weites Gebiet zwischen den beiden Polen, der unitaristisch-kollektivistischen Planwirtschaft und der freien Marktwirtschaft. Die beiden Extreme kommen in der Praxis kaum je vor. Dagegen stossen wir auf eine ausserordentlich reiche Auswahl an Ansichten über das richtige Mass des staatlichen Interventionismus. Wir finden in ihnen immer, offen oder versteckt, das Eingeständnis, dass «das freie Spiel der autonomen Kräfte in mancher Hinsicht, aber nicht grundlegend, versagt hat»[1]) und dass deshalb eine dritte, neutrale Kraft, nämlich der Staat, regelnd eingreifen müsse, um das Gleichgewicht in der Wirtschaft wieder herzustellen.

Was ist dieses Gleichgewicht, wie kommt es zustande? Wir glauben, die Antwort indirekt bereits im ersten Kapitel gegeben zu haben. Es kann sich keinesfalls nur um ein rein funktionelles Gleichgewicht handeln, sondern die religiösen, ethischen, sozialen, staatspolitischen und wirtschaftlichen Kräfte sind gleichermassen zu berücksichtigen. Eine Störung des Gleichgewichtes liegt dann vor, wenn eine dieser Kräfte sich dermassen verändert, dass die andern zwangsläufig zurückweichen oder hervortreten. Dieses Ungleichgewicht

[1]) Marbach F., Zur Frage der wirtschaftlichen Staatsintervention, Bern 1950, S. 11.

wirkt sich sozusagen immer in einer Missbildung irgendwelcher Art, z. B. in ungeeigneter Produktion oder Verteilung aus. Die Staatsintervention soll nun unter Wahrung der Grundsätze von Religion, Ethik, Wirtschaft usw. die Störungselemente beseitigen und das alte Gleichgewicht wieder herstellen oder zu einem neuen Gleichgewicht führen.

Wenn wir diese allgemeinen Ueberlegungen als Hintergrund des Familienschutzes betrachten, so können wir sagen, dass der Staat nur dann den Schutz der Familie übernehmen soll, wenn das Gleichgewicht der religiösen, ethischen, sozialen oder wirtschaftlichen Kräfte fühlbar gestört ist. Er soll dabei aber die Familie ihrer Aufgaben nicht entledigen. Die Intervention muss in einem gewissen Rahmen bleiben. Sie darf dem Familienvorstand nicht Lasten abnehmen, die er selber zu tragen hat. Die Hilfe des Staates ist dort, wo sie sich aufdrängt, als Beihilfe zu betrachten[2]), also subsidiär. Der Staat soll sich grundsätzlich auf die Ordnung jener Verhältnisse beschränken, welche nicht besser von privaten Gemeinschaften geordnet werden können.[3]) Wir werden deshalb vor allem untersuchen müssen, wie weit sich staatliche Interventionen auf dem Gebiete des Verkehrs und des Tourismus zur Wiederherstellung eines zum Nachteile der Familie gestörten Gleichgewichtes eignen.

2. *Preispolitische Eingriffe*

Wir haben gesehen, dass die Beteiligung der Familiengemeinschaft an Verkehr und Tourismus verschiedene innere und äussere psychische Spannungen zu beseitigen oder zu mildern vermag.[4]) Ferner wurde bereits nachgewiesen, dass der relative Preis (im Verhältnis zum Einkommen) eine nicht zu unterschätzende Rolle in bezug auf die Beteiligungsmöglichkeit der Familie an Verkehr und Tourismus spielt. Die Frage, die deshalb hier zu beantworten ist, lautet, ob der Staat durch geeignete preispolitische Eingriffe zugunsten der Familie intervenieren soll.

Auf Grund der vorangehenden allgemeinen Bemerkungen kann gesagt werden, dass eine Intervention zum Zwecke der Beeinflussung der Preise grundsätzlich nicht abzulehnen ist. Sie muss dabei aber innerhalb der Grenzen jeder staatlichen Intervention bleiben, d. h. sie darf nicht so weit gehen, dass das freie Spiel der übrigen Kräfte

[2]) Gygax P., a. a. O., S. 40.
[3]) Rickenbach W., Wesensgrundsätze, a. a. O., S. 107.
[4]) s. auch s. 26 ff.

ausgeschaltet oder ernsthaft gestört wird. Mit andern Worten: es soll die wirtschaftliche Leistungskraft der betroffenen Produktionszweige (hier Verkehr und Tourismus) grundsätzlich nicht in einer Art und Weise gemindert werden, dass sie sich nicht mehr selber erhalten können. In der Praxis wird es allerdings oft ausserordentlich schwierig sein, die tatsächliche Grenze dieser Leistungskraft zu ermitteln.

Für die Durchführung von Preisinterventionen bestehen vor allem zwei Möglichkeiten: Entweder allgemeine Höchstpreisvorschriften oder Festsetzung von zu Gunsten der Familie wirkenden Differenzierungen. Die erstere der beiden Massnahmen vermag sich selten im Sinne eines ausgesprochenen Familienschutzes auszuwirken und wir wollen denn hier insbesondere die zweite Möglichkeit kurz betrachten.

Beim Aufstellen von differenzierten Preisen hat man sich immer des Motivs, welches dazu Anlass gibt, zu erinnern. In diesem Zusammenhang genügt eine grobe Unterscheidung nach wirtschaftlich und ethisch-sozial begründetem Familienschutz. Dabei verstehen wir sozial nicht nur als Attribut jener Handlungen, welche Wohltätigkeit, Unterstützung usw. bedeuten, sondern als Merkmal aller Beziehungen zwischen den Gliedern und Gruppen der menschlichen Gesellschaft.[5])

Wirtschaftlich bedingt ist der Familienschutz insbesondere dann, wenn wegen des absolut oder im Zusammenhang mit der Kinderzahl relativ geringen Einkommens die potentielle Nachfrage und das Bedürfnis nach gewissen zum existenzminimalen Bereich gehörenden Verkehrsleistungen (Muss-Verkehr) auseinanderklaffen. Der Preis ist hier grundsätzlich in der Weise zu definieren, dass auf das Einkommen, auf die Kinderzahl oder auf beides Rücksicht genommen wird.

Aus dem ethisch-sozial motivierten Familienschutz, der nicht nur (aber auch) die Beseitigung von wirtschaftlichen Spannungen zum Ziele hat, resultiert die Forderung nach einer allgemeinen Teilnahme der Familie an Verkehr und Tourismus. Dabei wird besonderer Wert auf jenen Konsum gelegt, den die Familiengemeinschaft gemeinsam, als Kollektiv, tätigt und der insbesondere auch geeignet ist, der Familie ihre innere Festigkeit zu erhalten oder wieder zu geben. Wie wir bereits im zweiten Kapitel gesehen haben, sind Ausflugsfahrten und Ferienreisen bis zu einem gewissen Grade eines der Mittel dazu. Bei der Preisdifferenzierung ist auch hier auf die Kinderzahl Rücksicht zu nehmen. Gegen eine ausgeprägte, die «Reichen» diskriminierende Differenzierung nach dem Einkommen sind dagegen grundsätzlich Einwendungen anzubringen. Der Kann-Konsum folgt teilweise andern

[5]) s. auch Marbach F., a. a. O., S. 31 ff.

Gesetzen als der in der existenzminimalen Zone liegende. Der Bedarf ist hier in erheblichem Ausmasse durch die soziale Umwelt und das kulturelle Erbgut beeinflusst. Er ändert sich fast gleichzeitig mit der Veränderung des Einkommens, soweit diese mit einer gewissen Verschiebung der sozialen Stellung verbunden ist. Das Bedürfnis wird bei steigendem Einkommen auf teurere Güter und Leistungen gerichtet, z. B. andere Ferienorte, bessere Hotels. Deshalb bleibt beim Wahlbedarf die Spannung zwischen Bedarf und Deckungsmöglichkeit selbst bei steigendem Einkommen teilweise weiter bestehen. Sie schliesst sich nur langsam. Durch Intervention kann nötigenfalls von der Preisseite her auf die Bildung aktueller Nachfrage Einfluss genommen werden. Erst bei verhältnismässig hohem Einkommen tritt daher ein Zustand ein, bei dem auf Preisdifferenzierung irgendwelcher Art (d. h. insbesondere nach der Kinderzahl oder nach dem Einkommen) zu Gunsten der Familie verzichtet werden kann.

3. Finanzielle Beihilfen

Wir wollen hier unterscheiden zwischen direkten und indirekten finanziellen Beihilfen und, in Anlehnung an unser Thema, nur die zweckgebundenen Subventionen betrachten, d. h. jene ausschliessen, welche einer frei verwendbaren Einkommenserhöhung gleichzusetzen sind. Die Gebundenheit wird durch irgendwelche Vorschriften und Kontrollen erreicht, welche die Verwendung für andere als die vorgesehenen Zwecke verhindern.

Als direkte Beihilfe betrachten wir die Ausrichtung von bestimmten Beträgen in Bargeld oder andern Zahlungsmitteln an die Familie, mit der Auflage, diese Gelder nur für Verkehrs- oder Touristikkonsum zu verwenden. Ein solches Vorgehen hat den Vorteil, dass die begünstigten Familien durch die Zweckgebundenheit der Mittel an den Konsum der gewünschten Leistungen gebunden sind und nicht andere Bedürfnisse befriedigen können. Ob dies auch immer tatsächlich ein Vorteil ist, d. h. ob die mit der nur teilweisen Verwendbarkeit der angebotenen Mittel verbundene eingeschränkte Konsumwahlfreiheit mindestens aufgewogen wird, ist wohl oft recht schwierig zu beurteilen und hierin ist denn auch einer der Nachteile zu erkennen, welche den zweckgebundenen direkten Beihilfen anhaften. Sie dürften aber trotzdem in Frage kommen, wenn sich eine Familie in der existenzminimalen Bedrängniszone befindet und es ihr deshalb verwehrt ist, die durch den Familienschutz verlangten minimalen Bedürfnisse in Verkehr und Tourismus zu befriedigen. Ein zweiter Nachteil besteht darin, dass der Empfänger solcher Gelder diese häufig als

ein Almosen empfinden muss. Bernasconi[6]) schreibt, dass der Arbeiter und Angestellte mit Recht der Meinung sei, dass der Ertrag seiner Hände Arbeit ihm einen anständigen Lebensunterhalt ermöglichen sollte, ohne dass Fürsorge und Wohltätigkeit an ihm geübt werde.

Indirekte Beihilfen erblicken wir darin, dass der Staat jenen privaten oder öffentlichen Unternehmungen Gelder zufliessen lässt (mit der Auflage, diese zur Verbilligung von Angeboten zu verwenden), welche geeignet sind, die Nachfrage von Familien auf dem Gebiete von Verkehr und Tourismus zu decken, bzw. die entsprechenden Bedürfnisse zu befriedigen. Eine solche Massnahme wird notgedrungen mit entsprechenden Preisvorschriften verbunden sein. Sie ist insbesondere dann angezeigt, wenn der Staat mit seiner preispolitischen Intervention über die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Unternehmung hinausgeht. Sie stellt deshalb an sich bereits eine zweite, ausgelöste Intervention dar, welche das gestörte Gleichgewicht in der Unternehmung, bzw. im betreffenden Wirtschaftszweig wiederherstellen soll. Dies zeigt, welch grosse Verantwortung die staatlichen Organe bei der Anordnung von Preisvorschriften haben, bzw. welche Folgen sich aus «überzogenen» Interventionen ergeben können. Trotzdem kann die indirekte Beihilfe wohl nicht rundweg abgelehnt werden. Sie ist insbesondere dann ratsam, wenn 1. die zweckgebundene Verwendung der ausgeworfenen Mittel sichergestellt ist und wenn 2. grosse Gewissheit über den Erfolg der Massnahmen besteht. Dies dürfte vor allem bei sozialtouristischen Institutionen der Fall sein, z. B. bei der Finanzierung von geeigneten Beherbergungs- und Heilstätten für minderbemittelte Familien, von Beratungs-, Werbe-, Forschungsstellen usw., welche sich vornehmlich der Deckung des touristischen Bedarfes der Familie annehmen. Eine besondere, grundsätzlich aber nicht verschiedene Stellung nehmen bei der Ausrichtung von Subventionen die staatlichen Unternehmungen ein. Sie soll im folgenden Abschnitt betrachtet werden.

4. Massnahmen staatlicher Unternehmungen

Wir gehen von der Voraussetzung aus, dass für die staatliche Unternehmung in bezug auf die Wirtschaftlichkeit der Leistungserstellung und die Erhaltung der Unternehmung grundsätzlich die gleichen Voraussetzungen wie für die private Unternehmung gelten. Trotzdem ist eine Einschränkung anzubringen. Der Staatsbetrieb muss

[6]) Bernasconi G., Soziale Beherbergungspolitik, in Erholung und Arbeitskraft, Nr. 7 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1945, S. 80.

bei der Berücksichtigung des Risikos und bei der Reservebildung weniger weit gehen als die Privatunternehmung. Er kann in dieser Beziehung eher sehr langfristig planen, während in der Privatwirtschaft teilweise auch auf die kurzfristigeren Fluktuationen Rücksicht zu nehmen ist. Daraus ergibt sich ein gewisser Vorteil der staatlichen Unternehmung. Sie ist bei der Preisstellung etwas weniger stark gebunden. Es ist ihr möglich, Wege zu begehen, welche in der Privatwirtschaft weniger gut oder überhaupt nicht gangbar sind. Die staatliche Transportunternehmung kann so der Familie sowohl im Kann- wie im Muss-Verkehr Preisermässigungen gewähren, die beim Privatbetrieb nicht oder nicht im gleichen Ausmass möglich sind, weil ihm die Rückendeckung durch die öffentliche Hand fehlt. Allerdings darf dieser Vorteil des Staatsbetriebes in keiner Weise überschätzt werden.

Eine besondere Stellung nehmen die staatlichen Unternehmungen, wie bereits erwähnt, bei der Entgegennahme von finanziellen Beihilfen ein. Der Staat hat hier eine sozusagen vollkommene Kontrollmöglichkeit in bezug auf die korrekte Verwendung der ausgeworfenen zweckgebundenen Mittel. Er kann auch leichter zu preispolitischen Eingriffen Zuflucht nehmen, weil eine solche Intervention, selbst wenn sie überzogen ist, nicht in jedem Falle eine Schädigung anderer Wirtschaftszweige zur Folge hat. Im Sinne einer saubern Finanzrechnung sollten aber die allenfalls der Unternehmung dermassen entstehenden Ausfälle aus der allgemeinen Staatskasse gedeckt werden.[7])

5. Ferienregelung

Wir greifen aus der Reihe der übrigen Interventionsmöglichkeiten des Staates zu Gunsten der Familie auf dem Gebiete des Verkehrs und des Tourismus noch das Ferienproblem heraus, weil es wohl das bedeutsamste dieser Randprobleme ist. Nicht nur ein genügendes Einkommen, vorhandene Ferienplätze zu niedrigen Preisen usw. sind Voraussetzungen für die Erholung. Die Ferien sind auch von der Zeit, die dafür zur Verfügung steht, abhängig.[8]) Grundlegende Bedingung für jede von der Familie gemeinsam verbrachte Erholungszeit ist

[7]) Ein Beispiel ist bei Niehsen F. (a. a. O., S. 260) angeführt: Die französischen Staatsbahnen haben allein im Jahre 1953 für die Verbilligung von Reisen kinderreicher Familien den Betrag von 4 332 Mio ffrs. aus der allgemeinen Staatskasse erhalten. Gleichartige Subventionen werden in andern Ländern ausgerichtet.

[8]) Weber M., a. a. O., S. 56.

ferner die Lohnzahlung auch während den Ferien.[9]) Den sehr grossen Wert gemeinsamer Familienferien, insbesondere vom ethisch-sozialen, aber auch vom betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Standpunkt aus gesehen, haben wir bereits früher erwähnt. Man kann deshalb sicher zu Recht von einem eigentlichen Anspruch der Familie auf gemeinsame Ferien sprechen und die Sicherung desselben dürfte ein nicht zu unterschätzendes Ziel aller Familienschutzbestrebungen in Verkehr und Tourismus sein. Sie erfolgt auf wirksamste Weise durch eine umfassende oder teilweise Verankerung in der staatlichen Gesetzgebung.[10])

Hunziker[11]) verlangt, dass in einer öffentlich-rechtlichen Ferienregelung mindestens die Dauer und gegebenenfalls der Zeitpunkt der Ferien geregelt sein müssen. Daneben sind Bestimmungen über Einzelfragen, wie Art und Weise der Lohnzahlung während den Ferien, allfällige Kürzung, Unterbrechung oder Aufhebung der Ferien, sowie die Schwarzarbeit aufzustellen. Vom Standpunkt des Familienschutzes aus gesehen haben alle diese Forderungen ebenfalls ihre Berechtigung. Besondere Bedeutung scheinen uns jedoch drei Teilfragen zu haben: Die Lohnzahlung, die Dauer und der Zeitpunkt der Ferien.

In bezug auf die Lohnzahlung ist zu sagen, dass das Weiterfliessen derselben beim unselbständig Erwerbenden für die Ferien begriffswesentlich ist. Unbezahlte «Ferien» sind keine Ferien in unserem Sinne. Sie sind (bei gesetzlicher Regelung) einer Zwangsarbeitslosigkeit[12]) gleichzusetzen. Dagegen stellt sich die Frage, ob eine besondere Zulage ausgerichtet werden soll, welche es dem Arbeitnehmer oft erst erlaubt, einen eigentlichen Erholungsurlaub ausserhalb seiner gewohnten Umgebung anzutreten. Diese Zulage sollte wenn möglich in zweckgebundenen Zahlungsmitteln bestehen. Eine Differenzierung nach der relativen Konsumkraft, d. h. ob ledig oder verheiratet und nach der Kinderzahl wäre dabei, immer durch den Familienschutzgedanken begründet, zu empfehlen. Selbstverständlich stellt sich auch hier wieder, wie bei der allgemeinen Lohnpolitik, das Problem der Tragbarkeit für den Arbeitgeber. Eine für ihn zu grosse Belastung sollte durch die öffentliche Hand übernommen werden. Die Schwierigkeit könnte auch durch Einschieben einer Ausgleichskasse zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer umgangen werden. Jedes derartige System bringt für die Arbeitgeber selbstverständlich neue Umtriebe und damit neue «unproduktive» Kosten. Wir haben aber bereits

[9]) Gafner M., a. a. O., S. 27.
[10]) Hunziker W., Wesen und Probleme des Sozialtourismus, a. a. O., S. 10.
[11]) Hunziker W., Wesen und Probleme des Sozialtourismus, a. a. O. S. 53 ff.
[12]) Hunziker W., Wesen und Probleme des Sozialtourismus, a. a. O., S. 10

im zweiten Kapitel nachzuweisen versucht, dass auch der Unternehmer ein Interesse am Zustandekommen von Familienferien hat. Dieses lässt solche zusätzliche Aufwendungen bis zu einem gewissen Grade gerechtfertigt erscheinen.

Die Dauer der Ferien kann selbstverständlich nur durch eine Minimalgrenze bestimmt werden. Dabei wäre, immer vom Standpunkt des Schutzes der Familie, darauf zu achten, dass jüngere Arbeitnehmer mit Kindern nicht zu kurz bemessene Ferien erhalten. Zwei Wochen scheinen heute die äusserste Grenze, aber es kann kaum bestritten werden, dass auch diese früher oder später überholt sein dürfte.

Der Zeitpunkt der Ferien ist für die Familie ebenfalls eine recht wichtige Frage. Dem Arbeitnehmer mit schulpflichtigen Kindern sollte in jeder Ferienordnung die Priorität in dem Sinne eingeräumt werden, dass er seinen Urlaub mit der ganzen Familie, d. h. während den Schulferien verbringen kann.

II. Die privaten Organisationen

Jeder staatlichen Intervention, vielleicht mit Ausnahme derjenigen, welche auf dem Wege über den Staatsbetrieb erfolgt, wohnt eine gewisse Schwerfälligkeit inne, im demokratischen Staat nicht zuletzt durch Abhängigkeit der ausführenden Organe von Parlament und Volk bedingt. Es ist deshalb prüfenswert, ob nicht einzelne der bereits erwähnten Massnahmen auch ohne öffentlich-rechtliche Hilfe durchführbar sind. Als Träger solcher Massnahmen kommen drei Arten von Organisationen in Frage: 1. Wirtschaftsverbände, 2. Verbände von Familien, 3. Gemischte Zusammenschlüsse.

1. Die Wirtschaftsverbände

Wir haben bereits festgestellt, dass alle Unternehmungen ein Interesse am Schutze der Familie auf dem Gebiete des Verkehrs und des Tourismus haben. Es darf deshalb auch angenommen werden, dass sie soweit möglich zur Verwirklichung der entsprechenden Forderungen bereit sind. Dabei dürfen aber gewisse Schwierigkeiten nicht übersehen werden. Während eine öffentlich-rechtliche Bestimmung allgemein verbindlich ist und ihr der Staat nötigenfalls Nachachtung verschaffen kann, entsteht in der einzelnen Unternehmung bei freiwilliger Verwirklichung von Familienschutzbestrebungen aller

Art die Gefahr, dass durch die Kostensteigerung eine Beeinträchtigung der Wettbewerbsfähigkeit eintritt. Zwar haben wir gesagt, dass sich der Schutz der Familie grundsätzlich lohnt und betriebswirtschaftlich rechtfertigen lässt. Der Vorteil ist aber rechnerisch nur schwer zu beweisen, im Gegensatz zum damit zusammenhängenden «Nachteil», den zusätzlichen bezahlten Ferientagen, Ferienzuschüssen usw. Diese Ungewissheit des Erfolges lähmt oft die Verwirklichung von an sich unbestrittenen, betriebswirtschaftlich begründeten oder dem «ethisch positiven» Wirtschaften (Röpke) zuzuschreibenden Familienschutzpostulaten.

Die Nachteile des individuellen Vorgehens können nun teilweise durch verbindliche Vereinbarungen innerhalb der in Frage kommenden Wirtschaftszweige behoben werden. Preisabreden werden vom Verkehrs- und Fremdenverkehrsgewerbe getroffen, Bestimmungen über Ferien und Ferienzulagen von den Arbeitgeberverbänden und Arbeitnehmerorganisationen. Diesem System wohnt eine dem Staate vielfach abgehende Flexibilität inne.

Neben den Preis, Lohn und Ferien regelnden Bestimmungen können sich die Wirtschaftsverbände noch weitere Aufgaben geben. Wir denken dabei an den Ausbau der Ferienberatung und an die Aufklärung der Eltern über den Wert zweckmässig verbrachter Familienferien, ferner an die Organisation des Feriensparens. Die Bedeutung dieser Teilfragen soll in spätern Abschnitten noch gewürdigt werden.

2. Familienverbände

Eine besondere Stellung nehmen die Vereinigungen von Familien ein. Sie können, da jedwelche materielle Grundlage fehlt, kaum aktiv bestimmend in das wirtschaftliche Geschehen eingreifen und beispielsweise auch keine Preisvorschriften aufstellen. Ihre Aufgabe besteht vielmehr darin, die Familienschutzinteressen allgemein zu vertreten, besonders in der Oeffentlichkeit, bei den Wirtschaftsverbänden und dem Staat. Sie haben u. a. für familiengerechte Beförderungs- und Beherbergungspreise, für Ferienzuschüsse an die Familie für eine geeignete Ferienordnung usw. einzutreten. Dazu ist selbstverständlich Voraussetzung, dass möglichst zahlreiche Familien den Vereinigungen angeschlossen sind und ihnen so den nötigen Nachdruck verleihen.

Die Familienverbände sind aber auch das geeignete Instrument um bei den Familien selbst über den Wert von gebotenen Erleichterungen aufklärend zu wirken und auf diese Art für die Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus

einzutreten. Beratung in allen diesbezüglichen Fragen und das Zusammenführen von Angebot und Nachfrage können u. U. von ihnen übernommen werden.

3. Gemischte Zusammenschlüsse

Wenn wir von gemischten Zusammenschlüssen sprechen, so denken wir an Vereinigungen von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbänden, welche allenfalls durch Familienverbände ergänzt werden und die den Zweck haben, die Interessen der Familien auf dem Gebiete des Verkehrs und des Tourismus zu vertreten. Dies kann einmal dadurch geschehen, dass die Dachorganisation die ihr angeschlossenen Mitglieder beeinflusst und berät, ferner durch Zusammenarbeit mit den staatlichen Organen und Unternehmungen. Daneben können die gemischten Zusammenschlüsse wiederum Aufgaben übernehmen, die wir bereits in den vorangehenden Abschnitten erwähnt haben: Beratung der Familien, Organisation des Reisesparens, Vermittlung von zweckdienlichen Angeboten usw. Sofern genügend Mittel zusammenfliessen, sind diese gemischten Zusammenschlüsse sogar in der Lage, preisregulierend einzugreifen und dadurch direkte und indirekte staatliche Beihilfen ganz oder teilweise überflüssig zu machen. Gegebenenfalls kann der Staat seine Subventionen sogar über diese gemischten Verbände den Familien direkt oder indirekt zufliessen lassen. Dies setzt selbstverständlich voraus, dass eine genügend ausgebaute Organisation vorhanden und die sachgemässe Verwendung der Mittel gewährleistet ist.

Ein Beispiel eines solchen gemischten Zusammenschlusses ist die Schweizer Reisekasse. Sie hat die Form einer Genossenschaft, in der alle wichtigeren Arbeitnehmer- und Arbeitgeberorganisationen, die grossen Produzenten- und Konsumentenorganisationen und die Verkehrswirtschaft zusammengeschlossen sind. Diese breite Grundlage gestattet es ihr, ein umfangreiches Programm durchzuführen. Zweck ist die Förderung und Erleichterung des Reise- und Ferienverkehrs, insbesondere in der Schweiz, vor allem derjenigen schweizerischen Kreise, die nur über beschränkte Mittel dafür verfügen. Dieses Ziel wird erreicht durch Verkauf von Reisemarken, die als Spar-, Verbilligungs- und Zahlungsmittel im Reise- und Ferienverkehr dienen, durch Massnahmen zur Förderung der Familienferien, Herausgabe von Orientierungsmaterial, Vermittlung von Auskünften usw. und durch Beteiligung an andern Aktionen, die in der Richtung der Bestrebungen der Genossenschaft gehen. Für die Förderung von Familienferien werden insbesondere in Betracht gezogen: Die Verbilli-

gung des Aufenthaltes in bestehenden Beherbergungsstätten, die verbilligte oder ausnahmsweise sogar kostenlose Abgabe von Ferienarrangements vor allem für Ferienwohnungen, der Kauf, der Bau oder die Miete von geeigneten Unterkunftsstätten, die besondere Verbilligung der Reisemarken in Verbindung mit diesen oder andern Massnahmen, ferner der Nachweis und die Vermittlung von Ferienwohnungen. Die Finanzierung aller dieser Massnahmen erfolgt unter Verwendung der Mittel eines besondern Ferienfonds, der Beiträge und sonstige Zuwendungen (hauptsächlich aus der Betriebsrechnung der Reisekasse) enthält.

4. Grundsätzliche Einwendungen

Die drei vorangehenden Abschnitte beweisen, welche grosse Aufgabe den privaten Organisationen bei der Durchführung der Familienschutzbestrebungen allgemein und auf dem Gebiete des Verkehrs und des Tourismus im besondern zukommen kann. Die Schweizer Reisekasse und andere Organisationen, die Ferienberatungsstellen der Verbände usw. beweisen, dass diese Aufgaben vorbildlich gelöst werden. Ist es deshalb am Platz, grundsätzliche Einwendungen zu erheben?

Der Anlass zu dieser Frage ist uns im Nachwort zum Buche von Marbach[13]) gegeben. Er sagt dort, dass der Verband ursprünglich Ausdruck der Interessenausrichtung seiner Glieder sei. Aber mit der Zeit hätte in vielen Verbänden eine Emanzipation der Leitung stattgefunden, derweise, dass das Verbandsmitglied zum «Soldaten» des die Verbandsarmee leitenden Generalstabs wurde. Und etwas nachher: «Die ständige Beschäftigung mit einem ganz bestimmten Interessenkomplex führt zudem zu einseitiger Betrachtung der Dinge. Die Folge davon sind eine Vielzahl verbandsbürokratisch aufgezogener und verbandsjournalistisch propagierter Interventionsbegehren.» Besteht diese Gefahr auch für Verbände, die sich um den Schutz der Familie bemühen? Wir können nicht nein sagen. Wohl schliesst das sozusagen gänzlich ideelle, ethische Motiv Missbräuche vielleicht eher aus, als wenn der Kampf um rein wirtschaftliche Güter gehen würde. Dagegen betrachten wir die Möglichkeit der Verbürokratisierung eines Verbandes mit derart hohen Idealen wie der Familienschutz eines ist, als eine Gefahr, welche nicht übersehen werden darf.

[13]) Marbach F., a. a. O., S. 250.

III. Die einzelnen Arbeitgeber

Wir wollen hier lediglich untersuchen, welche Möglichkeiten der Einzelunternehmung als Arbeitgeberin bei der Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus offen stehen. Ob sie diese aus eigenem Antrieb oder unter dem Schutze und Zwang einer Organisation ausnützt, ist dabei lediglich von sekundärer Bedeutung.

Entsprechend ihren betriebswirtschaftlichen Interessen wird die Unternehmung ihr Hauptaugenmerk auf die Siedlungspolitik und die Freizeitgestaltung richten. Dies kann auf verschiedene Arten geschehen. Schon durch geeignete Werbung vermag den Familien der Wert zweckmässiger Urlaubsgestaltung und des eigenen Heimes gezeigt zu werden. Mittels Beratung kann ihnen geholfen werden, allfällige durch die Werbung geweckte oder von selbst entstandene Wünsche zu verwirklichen. Auf diese beiden Möglichkeiten werden wir in spätern Abschnitten noch zurückkommen, ebenso auf Massnahmen organisatorischer Art. Ein weiteres Mittel besteht in den bereits erwähnten direkten finanziellen Beihilfen. Dem Arbeitnehmer werden neben dem Lohn bestimmte zweckorientierte und zweckgebundene Zuschüsse ausgerichtet, welche es ihm erlauben, mit seiner Familie an geeigneten Orten Wohnsitz zu nehmen, gemeinsame Ferien zu verbringen oder Ausflüge zu unternehmen.

Die soziale Wohnungs- und Siedlungspolitik kann durch die einzelne Unternehmung, neben der Erleichterung des Erwerbs von Eigenheimen oder der Beschaffung gesunder und preiswerter Wohnungen, insbesondere durch Beteiligung an den meistens damit verbundenen Verkehrsauslagen gefördert werden. Der Arbeitnehmer erhält eine regelmässig mit dem Lohn ausbezahlte Siedlungszulage, welche nach der Entfernung Wohnort—Arbeitsort berechnet wird, oder es werden ihm seine Fahrspesen ganz oder teilweise zurückerstattet. Im Sinne des Familienschutzes wäre eine nach der Grösse der Familie leicht abgestufte Siedlungszulage zu empfehlen, damit die kinderreichen Familien nicht benachteiligt werden.

Die Förderung von Ausflügen und Familienferien kann durch vollständige oder teilweise Uebernahme der entsprechenden Kosten erfolgen. Die Unternehmung wird beispielsweise gemeinsame Reisen arrangieren oder Ferienheime unterhalten.[14]) Dabei ist u. E. (im Gegensatz zu Heyde) darauf zu achten, dass die Familien beisammen bleiben können. Dem Arbeitnehmer ist eine grösstmögliche Wahl-

[14]) Heyde L., a. a. O., S. 121; ferner: Hunziker, Wesen und Probleme des Sozialtourismus, a. a. O., S. 11.

freiheit (im Rahmen des vorgesehenen Zweckes) zu sichern. Von diesem Standpunkt aus gesehen, sind Erholungsheime der Firmen nicht ohne weiteres erwünscht. Sie können «zu Fachsimpelei und Betriebsklatsch auf hohen Touren führen; je grösser der Betrieb, desto geringer mag diese Gefahr sein.»[15]) Auch scheint uns eine vollständige Uebernahme der Kosten nicht immer zweckmässig zu sein. Sie riecht etwas nach Almosen. Der Arbeiter muss aber das Gefühl haben, die Ferien, welche er mit seiner Familie verbringt, selbst verdient zu haben. Der Zuschuss, den er vom Arbeitgeber erhält, soll lediglich ein Stimulus, vielleicht eine Beteiligung an den höhern Kosten der grössern Familie sein.

In diesem Zusammenhang kann als Beispiel die Verbilligung von Reisemarken der Schweizer Reisekasse durch Arbeitgeber erwähnt werden. Die beteiligten Unternehmungen leisten einen Zuschuss, der zur Verbilligung von zweckgebundenen Zahlungsmitteln (der Reisemarken) verwendet wird. Je nach Unternehmung kann der Arbeitnehmer die Marken zu einem um 5 bis 20%, in Ausnahmefällen noch weiter unter dem Barwert liegenden Preis kaufen. Die Reisekasse leistet ihrerseits aus eigenen Mitteln ebenfalls einen Zuschuss. Auf diese Art wurden beispielsweise im Jahre 1954 Reisemarken mit einem Barwert von 7 571 055 Fr. um 837 791 Fr. oder um rund 11% verbilligt. Davon wurden 594 225 Fr. von den Arbeitgeberfirmen beigesteuert.

Eine andere Möglichkeit hat man in Belgien gefunden. Die Arbeitnehmer erhalten für ihre jährliche Ferienwoche den doppelten Lohn.[16]) Diese Lösung hat allerdings den Nachteil, dass die zusätzlichen Zahlungen nicht zweckgebunden sind und damit beliebig verwendet werden können. So sehr das Trucksystem, die zweckgebundene Lohnzahlung in irgend einer Form abzulehnen ist, so scheint uns hier vielleicht doch Anlass zu einer gerechtfertigten Ausnahme vorhanden zu sein.

[15]) Heyde L., a. a. O., S. 121.

[16]) Haulot A., Tourisme Social en Belgique et dans le monde, Bruxelles 1949, S. 39.

B. Das Preisproblem

I. Die Bedeutung der einzelnen Preise

Bevor wir auf die verschiedenen Möglichkeiten eintreten, welche sich bei der Gestaltung der Preise allenfalls ergeben können, soll kurz die Bedeutung derselben für den Haushalt der Verkehrs- und Fremdenverkehrsunternehmung einerseits und für den Haushalt der Familie anderseits abgeklärt werden. Wir berücksichtigen dabei vor allem die für uns überblickbaren Verhältnisse in der Schweiz.

1. Die Preise im Muss-Reiseverkehr

Wir haben bereits früher festgestellt, dass für viele Transportunternehmungen der Muss-Verkehr eine Art feste Substanz darstellt. Je grösser der Anteil derselben am Gesamtverkehr ist, desto wichtiger wird sie für die Existenz einer Transportunternehmung. Bei der Touristenbahn und den Unternehmungen mit wesentlichem Fremdenverkehr dagegen wird der Muss-Verkehr nur ein geringes Ausmass annehmen. Bei der Unternehmung mit gemischtem Verkehr hingegen ist jede Aenderung der Preise des Muss-Verkehrs meistens von grosser wirtschaftlicher Bedeutung. Der Zwangsverkehr lässt sich nur in einem verhältnismässig geringen Umfang vermehren. Zu beeinflussen ist allenfalls auf weite Sicht gesehen die Reiselänge, indem bei entsprechender Preisgestaltung die Wohnsitznahme, bzw. die Wahl des Arbeitsortes nicht mehr zu sehr von der Entfernung zwischen beiden Orten abhängig ist. Das trifft besonders dann zu, wenn rasche und zahlreiche Beförderungsgelegenheiten angeboten werden. Doch darf auch die Beeinflussbarkeit des Muss-Verkehrs keinesfalls überschätzt werden. Er ist verhältnismässig zäh. Damit wird der Preis, soweit rein verkehrswirtschaftliche Erwägungen den Ausschlag geben, mehr oder weniger flexibel. Er muss nur noch nach unten den wirtschaftlichen Gegebenheiten des einzelnen Transportmittels und der einzelnen Unternehmung angepasst werden. Dies ist umso notwendiger, je stärker der übrige Verkehr in seiner Bedeutung zurücktritt und damit keine Kompensationsmöglichkeit bietet. Die Flexibilität der Preise ist dabei selbstverständlich je nach den gegebenen Umständen eine recht unterschiedliche. Während Fischer[17]) vor etwas

[17]) Fischer W., Die Personenfahrpreise der schweizerischen Eisenbahnen, in: Die Verkehrsmittel im Dienste der Wohn- und Siedlungspolitik, Veröffentlichungen der Schweiz. Verwaltungskurse an der Handels-Hochschule St. Gallen, Band 3, Einsiedeln 1944, S. 34.

mehr als zehn Jahren noch eine verhältnismässig starke Abhängigkeit der Nachfrage vom Preis annimmt, kann heute vielerorts ein Rückgang derselben beobachtet werden. Der Siedlungsraum in der Nähe der Arbeitsplätze wird immer knapper. Dadurch sind zahlreiche Arbeitnehmer gezwungen, mit ihren Familien ausserhalb der Städte zu wohnen und für die täglichen Pendelfahrten ein Verkehrsmittel zu benützen. Lediglich die allfällige Substitutionsmöglichkeit bei der Wahl des Verkehrsmittels vermag allenfalls eine obere Preisgrenze abzugeben.

Für die Familie sieht nun die Sache anders aus. Sie wird unter diesen Umständen vorerst mehr oder weniger zu einer Art Puffer, welcher die durch wirtschaftliche Gegebenheiten bedingte Tarifpolitik der Transportunternehmungen aufzufangen hat. Die Zwangslage, in welcher sie sich dabei vielfach befindet, wird noch verstärkt durch die Tendenz zur degressiven Staffelung der Fahrpreise nach der Entfernung. Mit ihr vermindert sich die Möglichkeit, der im einzelnen Fall vielleicht hohen Ausgaben durch eine Wohnortsveränderung auszuweichen. Der Betrag, welcher periodisch für die Fahrten zur Arbeit auszulegen ist, wird absolut zu einer festen, das Einkommen vermindernden Grösse[18]) und unter Berücksichtigung der Kinderzahl relativ zu einer Variablen (Tabelle 5).

Tabelle 5: Anteil der Ausgaben für Fahrten zur Arbeit bei einem monatlichen Familieneinkommen von 750 Fr. und monatlichen Verkehrsausgaben von 25 Fr.

Elternpaar und Kinder		Konsumeinheiten (n. Schiff)	Einkommen je Konsumeinheit (Fr.)	Verkehrsausgaben	
Zahl der Kinder	Alter (Jahre)			Fr.	% des Einkommens je K. E.
0	—	1,8	417	25	6,0
1	2	1,9	395	25	6,3
2	2. u. 4	2,1	357	25	7,3
3	2, 4 u. 6	2,3	326	25	7,7

[18]) Bratschi R., Soziale Verkehrspolitik, in: Erholung und Arbeitskraft, Nr. 7 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1945, S. 69.

Sobald die Kinder älter werden und für den Schulbesuch ein öffentliches Transportmittel benützen müssen, wirkt sich dieser Umstand geradezu wie eine Schere aus. Die Verkehrsausgaben steigen und das Einkommen je Konsumeinheit geht weiter zurück (Tabelle 6).

Tabelle 6: Anteil der Ausgaben für Fahrten zur Arbeit und zur Schule bei einem monatlichen Familieneinkommen von 750 Fr. und Verkehrsausgaben von 25 Fr. für Fahrten zur Arbeit, bzw. 10 Fr. je Kind für Fahrten zur Schule.

Elternpaar und Kinder		Konsumeinheiten (Schiff)	Einkommen je Konsumeinheit (Fr.)	Verkehrsausgaben	
Zahl der Kinder	Alter (Jahre)			Fr.	% des Einkommens je K. E.
0	—	1,8	417	25	6,0
1	9	2,1	357	35	9,8
2	9 u. 11	2,5	300	45	15,0
3	9, 11 u. 13	3,0	250	55	22,0

Wir wagen kaum, diese Zahlenreihe fortzusetzen. Es ist klar, dass einer solchen Familie ohne weitere Hilfe nichts anderes übrig bleibt, als den Konsum auf andern Gebieten einzuschränken oder ihre Kinder die nächstgelegene Primarschule besuchen zu lassen, was meistens ohne Benützung von Transportmitteln möglich sein wird.

2. Die Preise im Kann-Reiseverkehr

Die Bedeutung der Preise für die Transportunternehmung ist auch hier stark vom Anteil des Kann-Verkehrs an den Gesamteinnahmen einer Unternehmung abhängig. Je grösser er ist, desto mehr muss der Gestaltung der betreffenden Preise Beachtung geschenkt werden und desto mehr ist die Unternehmung an die wirtschaftlichen Gegebenheiten gebunden. Dies ist besonders bei Bergbahnen und touristischen Automobilbetrieben, teilweise auch bei den Fluggesellschaften der Fall. Jede Veränderung der Preise kann sich sowohl

direkt wie auch indirekt durch nachfolgende Aenderung der nachgefragten Menge auf die Gesamteinnahmen und schlussendlich auf die Gewinn- und Verlustrechnung des Unternehmens auswirken.

Bei den Beherbergungsunternehmungen sind die Verhältnisse grundsätzlich gleich. Jede Unternehmung, die einen starken Kann-Verkehr aufweist, also insbesondere der Saisonbetrieb hat bei der Preisgestaltung grundsätzlich stark auf die marktwirtschaftlichen Umstände Rücksicht zu nehmen. Gleichzeitig erhält die Preishöhe entscheidende Bedeutung, weil keine Ausgleichsmöglichkeit bei Kunden mit Zwangsbedarf vorhanden ist.

Für die Familie hat der Preis vorerst eine etwas andere Bedeutung als im Muss-Verkehr. Hier tritt die Mutter, welche normalerweise im regelmässigen Muss-Verkehr nicht erscheint, auch noch als Konsumentin auf. Damit steigt die Bedeutung der Preise von Kann-Verkehrs- und von Beherbergungsleistungen bezogen auf das Einkommen je Konsumeinheit. Die Familie ist, sofern ihr nicht auch hier von irgendwoher irgendwelche Hilfe zuteil wird, noch ungünstiger gestellt als im Mussverkehr. Diese Wirkung wird lediglich durch den Wahlbedarfscharakter des Kann-Verkehrs in der Weise gemildert, dass der Ausgleich nicht durch Einschränkungen beim Zwangsbedarf gesucht werden muss, sondern sich letztlich durch Verzicht auf die touristische Leistung erzielen lässt.

Man kann die Sache aber auch noch von einer andern Seite betrachten. Wir sind bis jetzt von der Voraussetzung ausgegangen, dass die Nachfrage im Kann-Verkehr eine sehr grosse Elastizität aufweist, insbesondere eine grössere als z. B. bei Leistungen im Zusammenhang mit der Ausbildung der Kinder. Lässt man diese Prämisse fallen, so erhält der Ausflugs- und Ferienreiseverkehr mehr und mehr die Eigenschaften des Muss-Verkehrs. Dies wäre dann der Fall, wenn eines Tages die grosse Mehrheit Ferien und Reisen nicht mehr als Wahl- und Luxusbedarf betrachten würde (wie wir dies schon andeuteten).[19]) Es herrscht dann die Ansicht, dass gelegentliche Ausflüge und zwei oder drei Wochen gemeinsame Ferien der Familie notwendig seien. So betrachtet werden sich die Preise des Kann-Verkehrs in der Bedeutung jenen des Muss-Verkehrs annähern. Dass dies aber heute nicht der Fall ist, wird niemand bestreiten.

Schliesslich kann der Preis der einzelnen Leistung auch innerhalb des touristischen Angebotes zu Aenderungen der Konsumgewohnheiten führen. Diese wirken sich aber weniger auf die absolute Höhe der touristischen Konsumquote aus. Der Preisfaktor wird mehr die Art der Einkommensverwendung zu touristischen Zwecken bestim-

[19]) s. S. 38.

men, d. h. beispielsweise eine Verlagerung vom Beherbergungs- auf den Reisebedarf bewirken.[20])

III. Die Möglichkeiten der Transportunternehmungen

1. Preistheoretische und betriebswirtschaftliche Voraussetzungen für Preisermässigungen zu Gunsten der Familie

Bei allen Familienschutzmassnahmen auf dem Gebiete des Verkehrs nehmen die Eisenbahnen in der Vergangenheit und in der Gegenwart eine dominierende Stellung ein. Sie sind, wenigstens in Europa, auch heute noch Träger eines grossen Teils der Massenbeförderung (besonders der weniger bemittelten Bevölkerungsschichten), werden in ihrer Stellung aber in einzelnen Zweigen durch andere Verkehrsmittel angefochten. Diese einzigartige Stellung, welche wir marktformentheoretisch wohl als Monopoloid, gegebenenfalls als Oligopoloid bezeichnen dürfen, öffnet den Weg zu einer mehr oder weniger monopolistisch orientierten Preisstellung. Diese Tendenz war früher, als die Eisenbahnen ein faktisches Monopol besassen, noch bedeutend ausgeprägter. Der Staat hat deshalb fast in allen Ländern von Anfang an Massnahmen ergriffen, um allfällige volkswirtschaftlich nachteilige Auswüchse einer solchen Preisgestaltung zu verhindern.[21]) Er hat dies insbesondere dadurch getan, dass er den Eisenbahnen in den Konzessionen gewisse Höchstpreise und eine Reihe von Preisermässigungen vorschrieb. Im Personenverkehr haben dabei Ermässigungen mit ausgesprochen verteilungspolitischem Charakter zu Gunsten weniger konsumkräftiger Bevölkerungsschichten von jeher eine ausschlaggebende Rolle gespielt. Allerdings haben die Eisenbahnen im monopolistischen Zeitalter auch selbst ein namhaftes Interesse an Preisdifferenzierungen gehabt. Sie hatten die Möglichkeit, unter bestimmten Voraussetzungen durch entsprechende Gestaltung ihrer Preise eine Vergrösserung des Monopolgewinnes zu erreichen.[22]) Dazu mussten sie das Angebot in Teilangebote gliedern, welche nur bestimmten Nachfragern zugänglich waren, und zwar so, dass zahlungskräftige Nachfrager keine Gelegenheit hatten, ihren Bedarf auf einem Teilmarkt mit niedrigen Preisen

[20]) Hunziker W., Wesen und Probleme des Sozialtourismus, a. a. O., S. 24; Guye R., (Preistheoretische Betrachtungen zum schweizerischen Hotelproblem, Diss., Bern 1953, S. 23) stellt die Auswirkungen dieser Tatsache auf die Angebotspreise dar.

[21]) Saitzew M., Die volkswirtschaftlichen Aufgaben und die wirtschaftspolitische Behandlung der Eisenbahnen, Bern 1932, S. 22.

[22]) Sieber H., a. a. O., S. 135.

zu decken. Die Differenzierung nahm so letzten Endes auf die unterschiedlichen individuellen Nutzenerwägungen der Nachfrage Rücksicht.

Wie wir bereits festhielten, treffen diese Ausführungen auch in der Gegenwart vielfach noch zu. Immerhin lässt sich seit dem Aufkommen der modernen Strassenverkehrsmittel und des Flugverkehrs eine andauernde Schwächung der monopolistischen oder quasi-monopolistischen Stellung der Eisenbahnen erkennen. Diese Entwicklung hat in einzelnen Verkehren bereits zu einer so starken Konkurrenz geführt, dass nur noch von einem Oligopol oder manchmal fast von einem der vollkommenen Konkurrenz ähnlichen Zustand gesprochen werden kann. Damit fallen dem Staate die Argumente für Eingriffe in das Preisgebahren der Eisenbahnen teilweise aus der Hand, bzw. er hat, wenn er die einschränkenden Bestimmungen weiterhin aufrecht erhalten will, die Eisenbahnen für die von ihnen verlangten Preisnachlässe zu entschädigen.

Während die Unternehmung mit monopolistischer Marktstellung in ihrem Preisgebahren primär keine Rücksicht auf die Kosten der einzelnen Leistungsgruppen nehmen muss, ist dies bei einem gewissen Ausmass von Konkurrenz bereits der Fall. Dazu ist jedoch eine betriebswirtschaftlich begründete Einschränkung anzubringen. Unternehmungen mit ausgeprägter Fixkostenstruktur können ihre Preise trotzdem mehr oder weniger stark abstufen.[23]) Sie werden deshalb auch hier wieder auf die Tragbarkeit des Preises für den einzelnen Kunden abstellen, d. h. ein Werttarifsystem annehmen. Nur ist die Tragbarkeit hier nicht genau die gleiche. Sie richtet sich auch noch nach der Konkurrenz. Jenem Kunden, der die Möglichkeit hat, sich eines andern Verkehrsmittels zu bedienen, wird ohne Zweifel nach Möglichkeit ein so grosser Vorteil eingeräumt, dass die Neigung zum andern Verkehrsmittel verschwindet. Der Reisende, um beim Personenverkehr zu bleiben, der keine solche Möglichkeit besitzt, muss deshalb allenfalls einen relativ höhern Preis bezahlen, damit der durch das Zugeständnis an andere Gruppen entstandene «Ausfall» wieder gedeckt wird. Theoretisch wirkt sich das bei völlig freier Preisgestaltung so aus, dass beispielsweise der durch das Flugzeug gefährdete Eisenbahnverkehr über grosse Entfernung preislich begünstigt würde. Ferner kämen jenen Kreisen Preisvorteile zu, welche die Möglichkeit haben, ihre Fahrten mit einem eigenen oder gemieteten Automobil auszuführen. Schliesslich würden auch dort Ermässigungen vorgesehen, wo der Schienenverkehr durch gelegentlichen oder regelmässigen Autobusverkehr konkurrenziert wird. Jene Rei-

[23]) Saitzew M., a. a. O., S. 38 ff.

senden, die von keinem dieser andern Verkehrsmittel Gebrauch machen könnten, hätten den «normalen», d. h. in bezug auf die mittleren Kosten der Eisenbahn überdurchschnittlichen Preis zu bezahlen. Darunter würden z. B. zahlreiche Familien fallen, deren Glieder für regelmässige Fahrten zur Arbeit und zur Schule auf die Eisenbahn angewiesen sind und Familien, die für Ausflüge und Ferienreisen ebenfalls nur die Eisenbahn benützen können, weil die andern Verkehrsmittel nicht vorhanden sind.

Es ist nun allerdings in der Wirklichkeit nicht so, dass die Eisenbahnen selbst bei monopolistischer Stellung am Markte den ihnen zwangsläufig zufallenden Verkehr masslos ausbeuten könnten. Das Spiel von Angebot und Nachfrage bestimmt auch hier den Preis. Dadurch kommt von selbst eine obere, durch die subjektive Wertschätzung, die finanzielle Tragfähigkeit der einzelnen Reisendenkategorien bestimmte Begrenzung zustande. Wir haben bereits gesehen, dass diese insbesondere bei Familien mit grösserer Kinderzahl rasch absinkt.

2. *Ausmass und Ausgestaltung von Fahrvergünstigungen für die Familie*

Bei den nachfolgenden Ueberlegungen gehen wir von der Voraussetzung aus, dass die Eisenbahnen auch in der Gegenwart noch eine, zwar sehr stark erschütterte, monopolistische (allenfalls monopoloidähnliche) Stellung innehaben, teilweise auf Grund ihrer Stellung am Markte, teilweise bedingt durch den staatlichen Schutz, welcher in mancher Beziehung zwar ungenügend ist.

Wir werden einerseits abzuklären versuchen, wie weit die Eisenbahnen bei besondern Fahrvergünstigungen für die Familie gehen können ohne dass für sie wesentliche Einnahmenausfälle entstehen, d. h. ohne dass der Staat solche Ausfälle übernehmen muss. Anderseits sollen die Forderungen vom Standpunkte des Familienschutzes zusammengefasst werden. Soweit die betriebswirtschaftlich und preistheoretisch gerechtfertigten Ermässigungen nicht genügen, um der Familie einen angemessenen Anteil an den Verkehrsleistungen zu verschaffen, stehen zwei weitere Wege offen: Entweder leistet der Staat den Transportunternehmungen Zuschüsse zur Ermöglichung weiterer, betriebswirtschaftlich nicht mehr gerechtfertigter Ermässigungen oder die Familie ist auf der Einkommensseite dermassen zu begünstigen, dass sie nicht mehr auf ausserordentliche Preisermässigungen angewiesen ist.

Wir haben bereits die beiden wichtigen Gruppen des Muss-Verkehrs genannt: Fahrten zur Arbeit und zur Schule. Vor allem inner-

halb der Bedrängniszone und am Rande derselben wurde eine unterschiedlich starke Abhängigkeit der nachgefragten Menge vom Einkommen und vom Preis festgestellt. Die Elastizität der Nachfrage bei Fahrten zur Arbeit ist daher relativ gering.[24]) Mit andern Worten heisst dies, dass die Transportunternehmungen aus betriebswirtschaftlichen und preistheoretischen Erwägungen den Preis nicht oder doch nur für die untersten Schichten nach dem Einkommen abzustufen gezwungen sind. Das Verhältnis des Preises zur nachgefragten Menge wird stark durch das Lill'sche Gesetz beherrscht. Die Nachfragekurve wird immer flacher, weil das Interesse an Fahrten über längere Strecken abnimmt. Von einer gewissen Entfernung an nehmen die Vorteile (Wohnsitz auf dem Lande, allenfalls billigere Wohnung, usw.) nicht mehr zu, wohl aber die aus den täglichen Fahrten erwachsenden Nachteile (Zeitverlust). Die Transportunternehmungen dagegen müssen ihre Fahrzeuge meistens aus technischen Gründen über längere Entfernungen rollen lassen. Sie haben ein Interesse daran, dieselben möglichst auf der ganzen Strecke besetzt zu haben und werden deshalb einen ausgeprägt degressiven Tarif für regelmässige Fahrten zur Arbeit ansetzen.[25]) Dieser Tarif kommt nicht allen, aber doch einer wichtigen Forderung des Familienschutzes entgegen: Jener nach einer grosszügigen Siedlungspolitik. Den Familien wird ermöglicht, in einer gesünderen Umgebung Wohnsitz zu nehmen.

Die Feststellungen für Fahrten zur Arbeit gelten grundsätzlich auch für jene zur Schule. Immerhin sind einige Abweichungen festzustellen, weil die Elastizität der nachgefragten Menge in Abhängigkeit vom Einkommen zufolge der in Tabelle 6[26]) dargestellten Scherenbewegung bereits grösser ist. Diesem Umstande kann dadurch Rechnung getragen werden, dass bei der Preisberechnung möglichst auf das relative Einkommen, d. h. auf das Einkommen je Konsumeinheit Rücksicht genommen wird. Der Preis ist deshalb so anzusetzen, dass er mit zunehmender Kinderzahl kleiner wird.

Diese Ueberlegungen berücksichtigen nur den Standpunkt der Transportunternehmungen. Vom volkswirtschaftlichen, insbesondere vom verteilungspolitischen Standpunkt aus betrachtet wird diese Art der Begünstigung der Familie nicht immer voll genügen. Sie wird insbesondere der Forderung nach dem ethisch gerechten Preis kaum je vollständig Rechnung tragen, weil sie bei Berücksichtigung der betriebswirtschaftlichen Tatsachen zu wenig dem relativen Einkom-

[24]) S. 58.
[25]) Fischer W., Die Personentarife der schweizerischen Eisenbahnen, a. a. O., S. 37.
[26]) S. 59.

men Rechnung trägt. Sie gibt den Familien der untern Einkommensschichten zu wenig Spielraum frei, welcher ihnen den Genuss weiterer zivilisatorischer Errungenschaften ermöglichen würde. Diese in der Richtung des sozialpolitisch und ethisch motivierten Familienschutzes liegende Forderung zu verwirklichen ist jedoch in erster Linie Aufgabe des Staates und der interessierten Wirtschaft. Sie kann erfüllt werden durch Abgeltung weitergehender Zugeständnisse der Transportunternehmungen, durch eine entsprechende Lohnpolitik oder durch Ausrichtung von nach dem relativen Einkommen abgestuften Siedlungszulagen.

Die übrigen Fahrten der Familie oder einzelner Glieder derselben heben sich in verschiedener Beziehung deutlich vom bisher behandelten Muss-Verkehr ab. Bei den Fahrten zur Arbeit und zur Schule handelt es sich um regelmässig, meistens täglich ausgeführte Reisen. Die andern Zwangsreisen, z. B. Fahrten zum Besuche des Arztes, Fahrten, welche mit der Erfüllung religiöser Pflichten zusammenhängen und insbesondere alle Kann-Reisen sind gelegentliche Reisen. Sie werden von Fall zu Fall ausgeführt. Deshalb gelten hier andere Regeln, sowohl in betriebswirtschaftlicher Hinsicht wie auch vom Standpunkte des Familienschutzes aus gesehen. Mit Ausnahme einzelner gelegentlicher Muss-Fahrten weisen sie eine verhältnismässig grosse Elastizität auf, und zwar sowohl im Hinblick auf das Einkommen wie auf den Preis.[27]) Familien, welche sich einkommensmässig in der Bedrängniszone befinden, sind gezwungen, darauf zu verzichten, weil für sie keine Mittel mehr vorhanden sind. Gelangen die betreffenden Familien auch nur ein wenig über diese Zone hinaus, so wandelt sich der Bedarf in aktuelle Nachfrage. Das Ausmass der Bedrängniszone wird, wie wir gesehen haben, mit zunehmender Kinderzahl gemessen am absoluten Einkommen grösser. Wenn nun die Transportunternehmungen dieser Tendenz durch Preisermässigungen entgegenzuwirken versuchen, d. h. dem relativen Einkommen (je Konsumeinheit) entgegenkommen, so setzt der Umwandlungsprozess Bedarf-Nachfrage früher ein. Die Wirkung des psychologischen Preises[28]) vermag diesen Vorgang gelegentlich noch zu beschleunigen. Daraus ergibt sich betriebswirtschaftlich gesehen die Forderung nach einer Fahrvergünstigung für Familien mit verhältnismässig kleinem Einkommen (immer je Konsumeinheit). Der Fahrpreis je Person soll bei gemeinsamen Fahrten, allenfalls auch bei Einzelreisen, mit zunehmender Kinderzahl kleiner werden. Das Vorhandensein in-

[27]) Flammer A., Fahrpreisermässigungen für die Familie, in: Schweizerisches Archiv für Verkehrswissenschaft und Verkehrspolitik Nr. 3/1949, S. 227.

[28]) S. 42.

dividueller Verkehrsmittel spricht gegen die Begrenzung der Fahrvergünstigungen auf bestimmte Einkommen. Wenn Familien mit relativ hohem Einkommen ausgeschlossen werden, so wenden sie sich mindestens bei gemeinsamen Reisen dem privaten Automobil zu. Die öffentlichen Transportunternehmungen werden deshalb aus Konkurrenzgründen eine zu gewährende Fahrvergünstigung für Familien nicht auf ein bestimmtes Einkommensniveau beschränken.

Wie verhalten sich nun diese betriebswirtschaftlichen und preistheoretischen Forderungen zu den andern Familienschutzbestrebungen? Wir können wohl sagen, dass sie dem sozialpolitisch oder volkswirtschaftlich motivierten Familienschutzgedanken weitgehend entsprechen. Eine Abweichung dürfte auch hier höchstens in bezug auf das Ausmass der Ermässigung bestehen. Bei rein betriebswirtschaftlicher Betrachtung wird sich meistens ein Ermässigungssatz ergeben, der dem Wunsche nach Begünstigung der Familien mit kleinem und kleinstem Einkommen nicht genügen wird, weil dort die Lücke zwischen Bedürfnis und vorhandenen Mitteln zu gross ist, als dass sie durch eine die Grenzkosten nicht tangierende Ermässigung noch geschlossen werden könnte. Diesen Familien muss wiederum direkt oder indirekt von anderer Seite Hilfe zuteil werden.

3. Der schweizerische Lösungsversuch

Die Schweizerischen Bundesbahnen und die meisten am direkten Verkehr beteiligten konzessionierten Transportunternehmungen gewähren den Familien drei besonders ausgeprägte Arten von Fahrvergünstigungen: Eine Vergünstigung für den Schulbesuch der Kinder, eine allgemeine Fahrvergünstigung für Kinder und eine Fahrvergünstigung für gemeinsame Reisen der ganzen Familie oder eines Teils derselben. Ferner werden unter gewissen Bedingungen Kleinkinder gratis befördert.[29])

Zum Besuche der Schule oder der Lehre werden drei verschiedene Typen von Abonnementen ausgegeben: Ein Abonnement für beliebige Fahrten zwischen dem Wohnort und dem Unterrichts- bzw. Lehrort, ein Abonnement für 5 Hin- und Rückfahrten innerhalb von drei Monaten und ein solches für 10 Hin- und Rückfahrten.

Das Abonnement für beliebige Fahrten wird normalerweise auf einen Monat ausgestellt, wobei der erste Geltungstag beliebig gewählt werden kann. Es wird an Schüler und Schülerinnen von öffent-

[29]) Die Arbeiterabonnemente und die Frachtvergünstigungen für den Transport von Kinderwagen sind weitere Massnahmen in dieser Richtung.

chen und von durch die Bahnverwaltungen anerkannten privaten chulen abgegeben, sofern die Schüler keine Erwerbstätigkeit aus- ben und den Unterricht an mindestens drei Tagen in der Woche be- uchen. Den Schülern gleichgestellt und ebenfalls zum Bezuge der bonnemente berechtigt sind Lehrlinge und Lehrtöchter, sofern sie ich auf Grund eines Lehrvertrages in einem Beruf ausbilden lassen nd ihr Lohn die für Lehrlinge üblichen Ansätze nicht übersteigt. Die reise der Abonnemente weisen eine sehr weitgehende Ermässigung uf, die gegenüber den gewöhnlichen Billetten bis zu 95% betragen ann. Für Familien mit mehreren Kindern ist eine zusätzliche Ermäs- igung vorgesehen, indem beim Bezug von zwei und mehr Abonne- enten auf dem zweiten ein Rabatt von 20%, auf dem dritten ein olcher von 30% und auf dem vierten und jedem weitern Abonne- ent ein solcher von 40% gewährt wird. Dies bedeutet, dass bereits as vierte Kind gratis fährt. Als Kinder gelten die eigenen sowie ie Stief-, Adoptiv- und Pflegekinder. Diese zusätzliche Verbilligung ermag die in Tabelle 6 dargestellte Zangenbewegung erheblich zu ildern. (s. Tabelle 7)

Tabelle 7: Wirkung der degressiven Staffelung der Schülerabonnementspreise nach dem Tarif der Schweizerischen Bundesbahnen

Elternpaar und Kinder		Verkehrsausgaben für Fahrten zur Arbeit und zur Schule			
		ohne Staffelung*)		mit Staffelung	
Zahl der Kinder	Alter (Jahre)	Fr.	%**)	Fr.	%**)
0	—	25	6,0	25	6,0
1	9	35	9,8	35	9,8
2	9 u. 11	45	15,0	43	14,3
3	9, 11 u. 13	55	22,0	50	20,0

*) gemäss Tabelle 6 (Seite 59)
**) % des Einkommens je Konsumeinheit (gemäss Tabelle 6)

Die Abonnemente für fünf bzw. zehn Hin- und Rückfahrten werden rundsätzlich zu den gleichen Bedingungen ausgegeben. Eine beson- ere Ermässigung bei gleichzeitigem Bezug von zwei und mehr Abon- ementen wird jedoch hier nicht gewährt. Sie sind zum Besuch des

nur an bestimmten Wochentagen stattfindenden Schulunterricht (z. B. bei Lehrlingen) oder für Fahrten zu den Eltern bestimmt, wen sich Schüler oder Lehrlinge zur Ausbildung während der Woche an Unterrichts- oder Lehrort aufhalten müssen.

Die Fahrvergünstigung für Kinder ist grundsätzlich gesetzlich ge regelt. Die Eisenbahnen und die konzessionierten Schiffahrtsunter nehmungen sind verpflichtet, Kinder je nach Alter taxfrei oder z einer ermässigten Taxe zu befördern.[30]) Die nähern Vorschriften übe die Altersgrenzen sind in einem vom Bundesrat erlassenen Transport Reglement enthalten. Kinder bis zum vollendeten sechsten Lebens jahre, die begleitet sind und für die kein Sitzplatz beansprucht wird werden gratis befördert, Kinder vom vollendeten 6. bis zum vollen deten 16. Lebensjahre sowie jüngere Kinder, für die ein Sitzplatz be ansprucht wird, haben den halben Fahrpreis zu bezahlen. Für Eisen bahnen, bei denen besondere Verhältnisse es rechtfertigen, könne Ausnahmen gestattet werden. Dies trifft für einzelne, nicht an direkten Verkehr beteiligte Kleinbahnen zu, sowie für die städtische Strassenbahnen. Die Fahrvergünstigung für Kinder wird nicht nu auf den gewöhnlichen Billetten einfacher Fahrt gewährt, sondern auc auf den meisten bereits verbilligten andern Fahrausweisen, insbeson dere auf den um 25% verbilligten Billetten für Hin- und Rückfahr und auf den um 50% verbilligten Sonntagsbilletten. Bei den letzter beträgt somit die Fahrvergünstigung für Kinder 75% auf den der eigentlichen Normaltarif. Es ist kaum zu leugnen, dass bereits dies Fahrvergünstigung teilweise über das vom Unternehmerstandpunk gesehen wirtschaftlich vertretbare Mass hinaus geht. Noch mehr trif dies z. T. bei der Ermässigung für gemeinsame Reisen der Familie zu Die Auswirkungen der beiden Vergünstigungen in den extremen Fäl len (ausschliesslich Einzelreisen der Familienglieder einerseits un ausschliesslich gemeinsame Reisen anderseits) sind in der Tabelle und Fig. 1 am Beispiel einer Familie mit drei Kindern dargestellt. Mi zunehmendem Alter der Kinder (zwei Knaben, ein Mädchen) steige die in Konsumeinheiten und Quets gemessenen Gesamtausgaben Die Fahrpreise hinken dieser Entwicklung teilweise sehr weit nac und erreichen erst dort eine scheinbar überdurchschnittliche Höhe wo die Kinder normalerweise ins Erwerbsleben eintreten und selb ständig werden.

Bei gemeinsamen Reisen, an denen wenigstens drei im gleiche Haushalt lebende Familienangehörige teilnehmen, wird eine noc weitergehende, gesetzlich nicht vorgeschriebene Vergünstigung ge

[30]) Bundesgesetz über den Transport auf Eisenbahnen und Schiffen vo 18. März 1948, ferner: Favre J. und Wick J., Das schweizerische Transpor recht für Eisenbahnen und Schiffe, Basel 1949, S. 78.

Tabelle 8:

Entwicklung der Gesamtausgaben und der Fahrpreise bei zunehmendem Alter der Kinder, dargestellt an einer Familie mit drei Kindern.

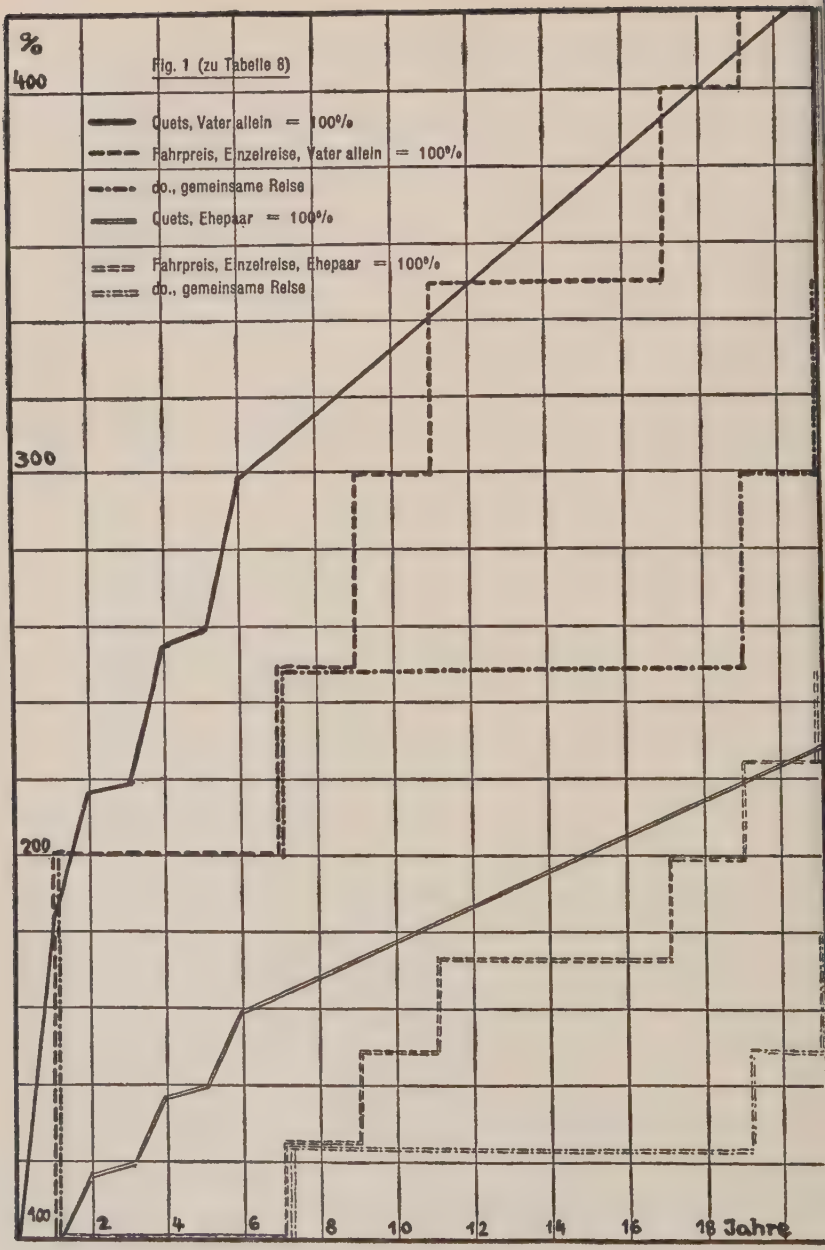
Jahr	Alter der Kinder*) (Jahre)			Konsumeinheiten (Skala von Schiff)			Quets			Fahrpreise bei Einzelreise**)			Fahrpreise bei gemeinsamer Reise**)		
	K	M	K	Anzahl	% §)	% §§)	Anzahl	% §)	% §§)	Fr.	% §)	% §§)	Fr.	% §)	% §§)
	Vater			1,0	100	—	3,5	100	—	10	100	—	10	100	—
1.	Vater u. Mutter			1,8	180	100	6,5	186	100	20	200	100	20	200	100
2.	1	—	—	1,9	190	106	7,6	217	117	20	—	—	20	—	—
3.	2	—	—	1,9	190	106	7,7	220	119	20	—	—	20	—	—
4.	3	1	—	2,0	200	111	8,9	254	137	20	—	—	20	—	—
5.	4	2	—	2,1	210	117	9,1	260	140	20	—	—	20	—	—
6.	5	3	1	2,2	220	122	10,4	297	160	20	—	—	20	—	—
7.	6	4	2	2,3	230	129	10,7	306	165	25	250	125	25	250	125
8.	7	5	3	2,4	240	133	11,0	314	169	25	—	—	25	—	—
9.	8	6	4	2,5	250	139	11,3	323	174	30	300	150	25	—	—
10.	9	7	5	2,6	260	144	11,6	331	178	30	—	—	25	—	—
11.	10	8	6	2,7	270	150	11,9	340	183	35	350	175	25	—	—
12.	11	9	7	2,8	280	157	12,2	349	188	35	—	—	25	—	—
13.	12	10	8	2,9	290	161	12,5	357	192	35	—	—	25	—	—
14.	13	11	9	3,0	300	168	12,8	366	197	35	—	—	25	—	—
15.	14	12	10	3,1	310	172	13,1	374	202	35	—	—	25	—	—
16.	15	13	11	3,4	340	189	13,4	383	206	35	—	—	25	—	—
17.	16	14	12	3,4	340	189	13,7	391	211	40	400	200	25	—	—
18.	17	15	13	3,8	380	211	14,0	400	215	40	—	—	25	—	—
19.	18	16	14	3,8	380	211	14,3	409	220	45	450	225	30	300	150
20.	19	17	15	4,2	420	233	14,6	417	225	45	—	—	30	—	—
21.	20	18	16	4,2	420	233	14,9	426	229	50	500	250	35	350	175

*) K = Knabe, M = Mädchen

**) Tarif der Schweizerischen Bundesbahnen, 95 km einfacher Fahrt 3. Klasse (1. 3. 1956).

§) Vater allein = 100%

§§) Vater und Mutter = 100%


%
400
Fig. 1 (zu Tabelle 8)
Quets, Vater allein = 100%
Fahrpreis, Einzelreise, Vater allein = 100%
do., gemeinsame Reise
Quets, Ehepaar = 100%
Fahrpreis, Einzelreise, Ehepaar = 100%
do., gemeinsame Reise
300
200
100
2
4
6
8
10
12
14
16
18 Jahre

währt. Wenn Vater oder Mutter und zwei Kinder bis zu 25 Jahren oder Vater und Mutter und 1 Kind bis zu 25 Jahren gemeinsam reisen, so wird für einen Ehegatten der volle Fahrpreis und für den zweiten Ehegatten und jede über 16 Jahre alte Person der halbe Fahrpreis berechnet. Zwei Kinder im Alter von 6 bis 16 Jahren zahlen zusammen den Preis eines halben Billetts. Sofern die Bedingungen über die Mindestbeteiligung erfüllt sind, können ausser den Ehegatten und den Kindern die im gleichen Haushalt lebenden Verwandten ohne Rücksicht auf ihr Alter und ihren Zivilstand, sowie weibliche Hausangestellte in die Fahrpreisermässigung einbezogen werden. Bei jeder gemeinsamen Fahrt ist mindestens der Preis für zwei Billette zu bezahlen, wenn nur ein Elternteil mitreist und für zweieinhalb Billette, wenn beide Eltern an der Fahrt teilnehmen. Die Fahrvergünstigung wird gewährt auf den Fahrausweisen zum gewöhnlichen Tarif einfacher Fahrt, ferner auf Billette für Hin- und Rückfahrt, auf Winter-Sonntagsbilletten, auf Ferienbilletten und gewissen Rundfahrtbilletten. Von den Ehegatten gelöste General- und Halbtaxabonnemente können als bezahlte Fahrausweise angerechnet werden.

Tabelle 9: Ausgeführte Familienreisen, gegliedert nach Monaten und benützten Fahrausweisen

Monat	Einfache Fahrt	Hin- u. Rückfahrt	Rund-Fahrten	Ferien-billette	Winter-Sonntags-billette	regionale Sonntags-billette
	%	%	%	%	%	%
Januar	3,9	43,2	0,9	6,7	45,3	0,0
Februar	4,5	49,8	0,8	5,2	39,7	0,0
März	9,4	37,2	1,4	2,6	49,4	0,0
April	7,3	87,7	1,3	2,3	—	1,4
Mai	13,3	82,2	2,7	0,6	—	1,2
Juni	7,4	86,8	3,1	0,7	—	2,0
Juli	6,8	68,4	2,6	21,4	—	0,8
August	13,2	65,6	2,8	17,8	—	0,6
September	9,4	83,7	2,6	2,6	—	1,7
Oktober	13,5	78,6	3,6	2,4	—	1,9
November	9,3	87,8	1,0	0,0	—	1,9
Dezember	6,1	57,7	0,7	0,2	34,3	1,0
1954	9,42	70,32	2,23	6,78	10,16	1,09

Ueber die Art der im Jahre 1954 bezogenen Fahrausweise und deren Verteilung auf die einzelnen Monate gibt die Tabelle 9 etwas näher Auskunft. Auffallend sind dabei die Umsätze an Ferienbilletten in den Monaten Januar, Juli und August, ferner die sehr unterschiedlichen Zahlen der Billette für einfache Fahrt. Diese lassen sich dadurch erklären, dass die Billette für einfache Fahrt vornehmlich für die Hinfahrt oder die Rückfahrt bei kleinern und kleinsten Ausflügen in der Umgebung des Wohnortes verwendet werden und die Verkaufszahlen sehr stark von der Witterung der jeweiligen Wochenenden abhängig sind, während die Umsätze an Ferienbilletten in den Monaten Januar und Februar zu einem sehr grossen Teil den ausländischen Wintersportgästen zuzuschreiben sind. Rund 2,1% der Familienreisen wurden in der 2. Wagenklasse ausgeführt. Die Monate Januar (6,2% 2. Klasse) und Februar (4,0% 2. Klasse) weichen von diesem Durchschnitt ab, was wiederum den bereits erwähnten ausländischen Feriengästen zuzuschreiben ist.

Einen weitern guten Einblick in die Art der Reisen, für welche die Fahrvergünstigung beansprucht wurde, ergeben die Zahlen der Tabelle 10. Sie zeigen deutlich, dass das Schwergewicht auf den kleinen Reisen liegt, werden doch für nahezu 70% aller Familienreisen weni-

Tabelle 10: Ausgelegter Betrag je Familienreise

Monat	bis Fr. 9.95	Fr. 10.— bis Fr. 19.95	Fr. 20.— bis Fr. 49.95	Fr. 50.— und mehr
	%	%	%	%
Januar	43,3	20,1	20,0	15,6
Februar	48,5	22,6	17,2	11,5
März	49,5	26,4	17,8	6,3
April	41,7	24,0	21,2	13,1
Mai	58,1	24,3	15,0	2,6
Juni	48,3	26,4	20,5	4,8
Juli	26,0	17,2	27,0	29,8
August	33,8	19,8	20,1	26,3
September	52,1	25,7	16,0	6,2
Oktober	55,0	23,8	15,7	5,5
November	57,6	25,4	14,9	2,1
Dezember	58,0	25,2	14,4	2,4
1954	45,8	22,9	18,8	12,5

ger als 20 Franken ausgelegt. Diese 70% der Fahrten werfen nur 26% der gesamten Einnahmen aus Familienreisen ab. Das zeigt nochamls deutlich, in welchem Ausmass die Fahrvergünstigung für kleine Ausflüge in Anspruch genommen wird.

Die Struktur der Benützer der Familienvergünstigung der Schweizerischen Transportunternehmungen ist aus der Zusammensetzung der Durchschnittsfamilie ersichtlich:

Elternteile	1.88	Personen
Kinder von 6 bis 16 Jahren	1.97	„
Kinder über 16 Jahre, Verwandte im gleichen Haushalt usw.	0.48	„
Hausangestellte	0.03	„
Total	4.36	Personen

Somit nehmen bei nahezu 90% aller Familien beide Gatten an der Reise teil. Bei den restlichen 10% ist es ungefähr zu gleichen Teilen der Vater oder die Mutter. Rund 60% aller Familien nehmen nur Kinder unter 16 Jahren mit auf die Reise, davon zwei Drittel (oder 40% aller Familien) nur zwei Kinder unter 16 Jahren. Familien mit drei Kindern unter 16 Jahren machen noch rund 17% aus und jene mit vier und mehr Kindern unter 16 Jahren noch rund 4%. Will man die Kinder über 16 Jahre und die übrigen Begleitpersonen (letztere sind vorwiegend im gleichen Haushalt lebende Verwandte) in diese Zahlen einbeziehen, so ergibt sich, dass rund 90% kleinere Familien (mit bis zu drei Kindern und Begleitpersonen) sind und nur rund 10% grössere Familien.

Das Ausmass der mittleren Ermässigung müsste auf Grund der bereits erwähnten durchschnittlichen Zusammensetzung der Familie rund 35% betragen. In Wirklichkeit beträgt die Ermässigung auf den gelösten Fahrausweisen jedoch rund 26%. Diese Zahl stellt den Unterschied dar zwischen jenem Betrag, den die Familie ohne besondere Fahrvergünstigung hätte bezahlen müssen und dem Betrag, den sie tatsächlich bezahlt hat. Die Abweichung von der theoretischen Ermässigung der Durchschnittsfamilie ergibt sich dadurch, dass zahlreiche der kleineren Familien unter die Bestimmungen über den Mindestfahrpreis (zwei bzw. zweieinhalb Billette) fallen und dadurch einen Einfluss auf die mittlere Ermässigung nehmen.

Bei der kritischen Würdigung dieser Zahlen ergibt sich eine sehr weitgehende Uebereinstimmung mit den vom Standpunkt des Familienschutzes begründeten Anforderungen an eine ideale Fahrvergünstigung für Familien. Die schweizerische Lösung ist einerseits

nicht an ein bestimmtes Einkommen gebunden und nimmt anderseits in recht beachtlichem Umfange auf das von der Kinderzahl abhängige relative Einkommen Rücksicht. In beschränktem Umfange bietet sich auch die Möglichkeit der Einzelreise für einzelne Glieder der Familie auf der Hin- oder Rückreise.

Die Formalitäten zur Geltendmachung der verschiedenen Fahrvergünstigungen sind verhältnismässig einfach gehalten. Für die Schüler- und Lehrlingsabonnemente genügt eine Bescheinigung der Schule bzw. des Lehrmeisters auf einem bahnamtlichen Formular, das alle sechs Monate zu erneuern ist. Die Fahrvergünstigung für Kinder wird formlos gewährt und jene für gemeinsame Familienreisen kann auf Grund eines lediglich durch das Familienoberhaupt auszufüllenden und zu unterzeichnenden Ausweises beansprucht werden, der für zwölf Fahrten innerhalb einem Jahr gültig ist. Im gleichen Jahr dürfen mehrere Ausweise bezogen werden. Diese sind gratis bei allen Bahnschaltern erhältlich.

4. Beispiele aus einigen andern Ländern

Nicht nur in der Schweiz, sondern auch im Ausland treten die öffentlichen Transportunternehmungen und unter ihnen besonders die Eisenbahnen bei der Gewährung von Fahrvergünstigungen stark in den Vordergrund. Dies gilt sowohl in bezug auf die Gewährung

Tabelle 11

Fahrvergünstigung für Kinder auf den Eisenbahnen		
	Gratis	50%
Belgien	bis 4 Jahre	4 bis 10 Jahre
Dänemark	do.	4 bis 12 Jahre
Deutschland	do.	4 bis 10 Jahre
Frankreich	do.	do.
Grossbritannien	bis 3 Jahre	3 bis 14 Jahre
Italien	bis 4 Jahre	4 bis 10 Jahre
Niederlande	do.	do.
Schweden	bis 6 Jahre	6 bis 12 Jahre
Spanien	bis 3 Jahre	3 bis 7 Jahre
(Schweiz)	bis 6 Jahre	6 bis 16 Jahre

der allgemeinen Fahrvergünstigungen für Kinder (Tabelle 11) wie auch die Einräumung besonderer Vergünstigungen für gemeinsame Fahrten der Familie usw.

Besondere zusätzliche Fahrvergünstigungen für gemeinsame Familienreisen oder für kinderreiche Familien werden von einer ganzen Reihe Eisenbahnverwaltungen gewährt, z. B. in Bulgarien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Griechenland, Italien, Luxembourg, Portugal Schweden und Spanien. So zahlreich die Länder, so zahlreich sind auch die Arten der Fahrvergünstigungen. Wir greifen deshalb lediglich einige typische Beispiele heraus, um sie mit der schweizerischen Lösung zu vergleichen (Tabelle 12).

Belgien, Frankreich und Deutschland kennen je eine Fahrvergünstigung für kinderreiche Familien, die auch bei Einzelreisen gewährt wird. In Belgien geniessen die Mitglieder von Familien mit wenigstens vier unverheirateten Kindern unter 21 Jahren eine Vergünstigung von 50% auf den gewöhnlichen Billetten einfacher Fahrt (Kinder von 4 bis 10 Jahren 75%), während die französischen Staatsbahnen eine nach der Kinderzahl abgestufte Ermässigung gewähren:

30% für Mitglieder von Familien mit 3 Kindern unter 18 Jahren
40% für Mitglieder von Familien mit 4 Kindern unter 18 Jahren
50% für Mitglieder von Familien mit 5 Kindern unter 18 Jahren
75% für Mitglieder von Familien mit 6 und mehr Kindern unter 18 Jahren.

Kinder von 4 bis 10 Jahren bezahlen die Hälfte des Fahrpreises für Erwachsene.

Beide Fahrvergünstigungen werden nur den Familien mit belgischer bzw. französischer Staatszugehörigkeit gewährt. Die Familienglieder erhalten eine besondere Ausweiskarte, mit der sie die Vergünstigung beanspruchen können.

Die deutsche Bundesbahn gewährt den Familien mit mindestens drei unverheirateten Kindern in dem Sinne eine zusätzliche Fahrpreisermässigung, dass die Kinder vom 10. bis zum vollendeten 19. Lebensjahr jenen von 4 bis 10 Jahren gleichgestellt sind. Für die Beanspruchung der Vergünstigung ist eine besondere, mit Photo versehene, für die Dauer eines Jahres gültige Ausweiskarte notwendig.

Zahlreicher sind die Vergünstigungen für gemeinsame Reisen der Familie. In Frankreich wird neben der bereits erwähnten Vergünstigung eine weitere gewährt. Bei gemeinsamer Fahrt haben die ersten zwei Personen einer Familie den vollen Fahrpreis und die weitern

Tabelle 12: Fahrpreis für eine Hin- und Rückfahrt von 10 km 3. Klasse in verschiedenen Ländern (Stand 1. 4. 1956)

Familie	Land*)				
	B	D	F	I	CH
Vater, Mutter, Kinder von 3, 5 und 7 Jahren					
Normalfahrpreis**) sFr..	7.60	7.—	6.60	3.90	11.—
Familie, jede Person einzeln***) sFr.	4.20	3.60	2.80	1.95	4.—
Ermässigung auf Normalfahrpreis	44%	49%	58%	50%	64%
Familie, gemeinsame Reise***) sFr.	4.20	3.60	2.80	1.80	4.—
Ermässigung auf Normalfahrpreis	44%	49%	58%	54%	64%
Vater, Mutter, Kinder von 9, 11 und 13 Jahren					
Normalfahrpreis**) sFr.	7.60	7.—	6.60	3.90	11.—
Familie, jede Person einzeln***) sFr.	6.15	4.20	4.15	2.30	5.60
Ermässigung auf Normalfahrpreis	19%	40%	27%	41%	49%
Familie, gemeinsame Reise***) sFr.	6.15	4.20	4.15	2.10	4.—
Ermässigung auf Normalfahrpreis	19%	40%	27%	45%	64%
Vater, Mutter, Kinder v. 5, 7, 9, 11 und 13 Jahren					
Normalfahrpreis**) sFr.	10.60	9.80	9.25	5.50	15.40
Familie, jede Person einzeln***) sFr.	4.20	5.40	3.65	2.95	6.40
Ermässigung auf Normalfahrpreis	60%	45%	61%	46%	58%
Familie, gemeinsame Reise***) sFr.	4.20	5.40	3.65	2.65	4.—
Ermässigung auf Normalfahrpreis	60%	45%	61%	52%	74%

*) B = Belgien, D = Deutschland, F = Frankreich, I = Italien, CH = Schweiz (Landeswährungen zum bahnamtlichen Kurs vom 1. 4. 56 umgerechnet, also ohne Berücksichtigung der Lebenskosten)

**) Doppelter Fahrpreis einfacher Fahrt für 5 bzw. 7 Erwachsene

***) Soweit möglich mit Ermässigungen für Hin- und Rückfahrt kumuliert

ein Viertel (Kinder von 4 bis 10 Jahren ein Achtel) zu bezahlen. Die zurückgelegte Entfernung muss jedoch wenigstens 300 km betragen.

In Italien erhalten mindestens vier gemeinsam reisende Mitglieder der gleichen Familie eine Ermässigung von 25% auf dem gewöhnlichen Fahrpreis einfacher Fahrt.

III. Beherbergungsunternehmungen

Die Beherbergungsfrage kann als die eigentliche Crux des Fremdenverkehrs, besonders des Sozialtourismus, bezeichnet werden.[31]) Diese Feststellung hat bei der Lösung der Familienferienfrage noch verstärkte Geltung, entfallen doch auf die Beherbergung je nach Wahl des Aufenthaltsortes 65 bis 90% der Kosten (wobei der Anteil bei Hotelferien im Durchschnitt regelmässig über 75% ist und selbst die Kosten der Ferienwohnung, ohne Verpflegung, selten unter 65% sinken). Im Durchschnitt ergibt sich ein Anteil der Beherbergungskosten von rund 75% an den gesamten Ferienauslagen, gegenüber rund 66% in den Jahren 1936/38.[32]) Diese Zahlen spiegeln die gegenüber der Beherbergung weitergehende relative Verbilligung der Ferien auf dem Transportsektor wider. Sie zeigen aber auch die dringende Notwendigkeit einer Einflussnahme auf die Preise der Beherbergung.

1. Betriebswirtschaftliche und preistheoretische Voraussetzungen für eine Preisermässigung für Familien

Wenn wir die Beherbergungsunternehmung von der betriebswirtschaftlichen Seite betrachten, so können wir deutlich zwei voneinander grundverschiedene Betriebsteile erkennen: Den Restaurations- oder Verpflegungsbetrieb einerseits und den Unterkunftsbetrieb anderseits. Das Hotel stellt dem touristischen Markt eine kombinierte Dienst- und Güterleistung zur Verfügung.[33]) Beide in ihrer reinen Form voneinander getrennt ergeben das Restaurant und das Hotel Garni. Wir betrachten vorerst nur das traditionelle Hotel, weil wir der Ansicht sind, dass ein solches bei zweckdienlicher Einrichtung am besten

[31]) Hunziker W., Wesen und Probleme des Sozialtourismus, a. a. O., S. 14.
[32]) Haushaltrechnungen von Familien unselbständig Erwerbender, a. a. O., S. 121.
[33]) Guye R., a. a. O., S. 20.

in der Lage ist, wirkliche Ferien in jeder Beziehung zu vermitteln. Damit sei nicht bestritten, dass andere Ferienformen nicht nur ebenbürtig sein können oder in bestimmten Fällen, vom rein subjektiven Standpunkt aus betrachtet, sogar noch vermehrte Vorteile bieten. Unser Urteil beruht auf der Zweckdienlichkeit des Hotels im allgemeinen, für die Mehrheit der Ferienbedürftigen und unter bestimmten Voraussetzungen insbesondere auch für die Familiengemeinschaft.

Walther weist mehrfach auf die grosse Bedeutung der festen Kosten im Hotelbetrieb hin.[34]) Sie haben besonders bei der Bereitstellung der Unterkunft starken Einfluss auf die Preise. Die Gesamtkosten setzen sich einmal aus den erheblichen festen Kapazitätskosten, dann den je nach Bereitschaftsstufe sprunghaft steigenden Bereitschaftskosten und schliesslich den ziemlich parallel zur produzierten Leistung verlaufenden Beschäftigungskosten (welche mit den Betriebsleistungskosten identisch sind) zusammen. Die Einheitskosten, d. h. die Kosten einer Logiernacht, ergeben sich aus der Division der Gesamtkosten durch die Anzahl verkaufter Logiernächte. Hieraus können wir die starke Abhängigkeit der Einheitskosten von den Kapazitätskosten (insbesondere Abschreibungen und Zinsen) und den Bereitschaftskosten (Personalkosten) einerseits und von der Höhe des Nutzgrades anderseits deutlich erkennen. Jede Beeinflussung der Einheitskosten (die vorläufig, im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Betrachtung des Problems, die Form eines Saison- oder Jahresdurchschnittes haben), muss deshalb mit der Beeinflussung einer der genannten Grössen bzw. mit der gleichzeitigen Senkung aller derselben beginnen.

Wenn wir nun die einzelnen Bestandteile der Einheitskosten betrachten, so können wir feststellen, dass die Kapazitätskosten grundsätzlich nur schwer zu beeinflussen sind. Unabhängig von den andern Grössen ist immerhin eine Vermehrung der Bettenzahl ohne bauliche Veränderungen denkbar. Damit senkt sich der Anteil der möglichen Leistungseinheit an den Kapazitätskosten. Es ist aber zu berücksichtigen, dass die Anschaffung zusätzlicher Betten ein gewisses, wenn auch meistens bedeutend geringeres Gegengewicht darstellen wird.

Einsparungen bei den Bereitschaftskosten scheinen auf den ersten Blick nicht gut möglich. Wir können uns jedoch solche vorstellen, indem ein Teil der Aufgaben des Personals auf die Gäste übergeht.

[34]) Walther A., Einführung in die Wirtschaftslehre der Unternehmung, 1. Band, Zürich 1947, S. 276 ff., ferner: Die festen Kosten, der Feind des Hotelunternehmens, in: Gegenwarts- und Zukunftsprobleme des schweizerischen Fremdenverkehrs, Festgabe für Hermann Seiler, Zürich 1946.

Diese bringen z. B. ihre Zimmer selbst in Ordnung. Aber auch diesen Einsparungen sind gewisse Grenzen gesetzt. Zahlreiche Personalaufgaben lassen sich nicht gut auf die Gäste übertragen, ohne dass damit ein gewisses Minimum an Feriengenüssen nicht auch noch verloren geht. Zu nennen wären hier insbesondere die grössern Reinigungsarbeiten in den Zimmern, sowie alle durch die Benützung verursachten Unterhaltsarbeiten in Zimmern, Korridoren und Aufenthaltsräumen. Bei den Beschäftigungskosten schliesslich könnten Einsparungen höchstens dadurch erzielt werden, dass die Gäste ihre Bettwäsche von zu Hause mitnehmen und auch wieder zu Hause reinigen würden. Selbstverständlich ergäbe auch diese Einsparung eine qualitative Veränderung, eine Verschlechterung der angebotenen Leistung.

Bei der Betrachtung der Verpflegungsabteilung des Hotels können wir feststellen, dass die Situation für mögliche Einsparungen auf den ersten Blick gesehen eher noch ungünstiger ist. Die Kapazitätskosten sind nicht leicht zu beeinflussen. Küchen- und Restauranteinrichtungen müssen da sein, damit die Mahlzeiten zubereitet und serviert werden können. Eine bessere Ausnützung und damit eine Senkung der Einheitskosten lässt sich immerhin in dem Sinne denken, dass die Einrichtungen besser ausgerüstet werden, als dies normalerweise der Fall ist. Dafür bestehen theoretisch zwei Möglichkeiten: Vermehrung der Zahl der Gäste im eigenen Haus (z. B. gleichzeitig mit der oben erwähnten Erhöhung der Bettenzahl) oder Erhöhung des Mahlzeitenumsatzes durch Heranziehen fremder Gäste. Dies kann sogar zu einem zwei- oder mehrschichtigen Betrieb führen.

Die Bereitschaftskosten als Gesamtgrösse können vorerst wieder durch Uebergang eines Teiles der Personalaufgaben auf die Gäste gesenkt werden. Allerdings sind diesem Vorgehen auch im Restaurant verhältnismässig enge Grenzen gesetzt. Innerhalb derselben ist immerhin eine vollständige oder teilweise Selbstbedienung der Gäste im Service möglich. Dagegen lassen sich in der Küche, wenn der Feriengenuss nicht ganz zerstört werden soll, kaum Einsparungen bei den Bereitschaftskosten erreichen.

Bei den Beschäftigungskosten sind Veränderungen nach unten erst recht nahezu unmöglich, wenn man von einer materiellen Veränderung der angebotenen Leistung vorerst absieht. Berücksichtigt man aber auch diese Möglichkeit, dann ergibt sich ein gewisser Spielraum daraus, dass die Art der Mahlzeiten in bezug auf Qualität und Quantität verändert werden kann.

Schliesslich hätten wir noch die Abhängigkeit der Leistungseinheitskosten für Unterkunft und Verpflegung vom Nutzgrad des Betriebes abzuklären. Diese Abhängigkeit ist bei der normalen Beher-

bergungsunternehmung eklatant. Sie geht aus der bei Streiff[35]) entnommenen Tabelle 13 hervor.

Tabelle 13: Schematischer Kostenverkauf nach der Bettenbesetzung

Bettenbesetzung in %	Kosten pro Logiernacht		
	Fixe	Proportionale oder variable	Total
	Fr.	Fr.	Fr.
10	40.34	8.14	48.48
20	20.17	8.14	28.31
30	13.45	8.14	21.59
40	10.08	8.14	18.22
50	8.07	8.14	16.21
60	6.72	8.14	14.86
70	5.76	8.14	13.90
80	5.05	8.14	13.19
90	4.48	8.14	12.62
100	4.03	8.14	12,17

Schliesslich haben wir noch auf die von Walther[36]) erwähnte Abhängigkeit der Leistungseinheitskosten von der Auflagegrösse zu achten. Sie drückt sich darin aus, dass die Kosten der Leistungseinheit mit zunehmender «Auflage» zurückgehen, womit hier die Abhängigkeit gewisser Kosten von der Dauer des Aufenthaltes gemeint ist. Wir können die Wirkung dieser Abhängigkeit jedoch weitgehend ausschalten, wenn wir, wie bereits erwähnt, den Gast verpflichten, die Bett- und Zimmerwäsche selbst mitzubringen oder bei bestimmten Preisen eben eine gewisse Mindestaufenthaltsdauer (in der Regel 7 Tage) verlangen.

Diesen rein betriebswirtschaftlichen Ueberlegungen sind nun noch die preistheoretischen anzufügen. Es stellt sich dabei vor allem die Frage, ob wir eine nicht kostenmässig begründete Preisdifferenzierung irgendwelcher Art vornehmen können, um damit allenfalls für die Familien einen Vorteil zu erreichen. Grundsätzlich, ohne Rück-

[35]) Streiff R. C., Die Preisgestaltung im schweizerischen Hotelgewerbe in: Gegenwarts- und Zukunftsprobleme des schweizerischen Fremdenverkehrs, Festgabe für Hermann Seiler, Zürich 1946, S. 87.

[36]) Walther A., Einführung, a. a. O., S. 280.

icht auf die tatsächliche Wirksamkeit und vor allem ohne Rücksicht auf die Zweckdienlichkeit können wir dabei zwei wichtige Arten von Preisdifferenzierungen unterscheiden: jene in bezug auf die Verschiedenartigkeit der angebotenen Leistung (qualitative Unterschiede) und jene in bezug auf zeitliche Unterschiede. Sie stützen sich auf die zeitlichen, physischen und psychologischen Marktdifferenzierungen.[37]) Die subjekte Wertschätzung einer Leistung weicht bekanntlich oft sehr stark vom effektiven, kostenmässig begründeten Wert der gleichen Leistung ab.

Preisdifferenzierungen in qualitativer Hinsicht sind beim Hotelbetrieb tatsächlich in beschränktem Umfange möglich. Bei der Unterkunft sind etwas schöner gestaltete Zimmer oft begehrter, als dies allein kostenmässig zu begründen wäre. Dasselbe trifft erst recht für besser gelegene Zimmer, z. B. Südzimmer zu. Gäste, die solche Zimmer wünschen, sind im allgemeinen bereit, einen höhern Preis zu bezahlen. Der Hotelier kann dadurch andere, weniger gefragte Zimmer entsprechend billiger zur Verfügung stellen. Indem er diese vorerst ausschliesslich für Familien reserviert, lenkt er gegebenenfalls erst noch eine zusätzliche Käuferschaft auf die teureren Zimmer, was sich bei diesen allenfalls noch in einem vermehrten Preisdruck nach oben auswirken kann. Diesem Spiel sind aber gewisse Grenzen gesetzt, auf die wir noch zurückkommen werden.

Bei der Differenzierung der Preise der Mahlzeiten können grundsätzlich die gleichen Ueberlegungen gemacht werden. Allerdings ist hier der Spielraum noch enger und es ist vor allem eine Reservierung der billigeren Mahlzeiten für Familien kaum durchführbar. Die Angebotspreise richten sich deshalb weitgehend nach den Kosten der Mahlzeiten.

Auch in bezug auf die zeitlichen Unterschiede gelten die oben genannten Grundsätze. Der Gast ist zu bestimmten Jahreszeiten bereit, einen verhältnismässig höhern Preis zu bezahlen als in der Vor-, Nach- oder Zwischensaison. Dadurch ist es dem Hotelier grundsätzlich möglich, ausserhalb der Hochsaison seine Preise theoretisch bis auf die variablen Kosten zu senken und, indem er die Vergünstigung allenfalls ausschliesslich oder wenigstens teilweise nur den Familien zukommen lässt, im Sinne der Familienschutzbestrebungen zu wirken.

Wir werden in den beiden folgenden Abschnitten zu ermitteln versuchen, wie weit sich diese rein theoretischen Ueberlegungen in die Praxis umsetzen lassen und ob, wo dies tatsächlich der Fall ist, wirklich ein Vorteil für die Familien entsteht.

[37]) Guye R., a. a. O., S. 25 ff.

2. *Möglichkeiten der traditionellen Hotellerie*

Eine erste Möglichkeit, die wir zu prüfen haben, besteht in der Erhöhung der Bettenzahl je Zimmer. Dies ist, einigermassen genügende Grösse der Zimmer vorausgesetzt, insbesondere bei ältern, einfachen Hotels, welche sich für den Aufenthalt von mittleren und grösseren Familien eignen, wohl vielfach durchführbar. Die Erhöhung der Bettenzahl kann sogar soweit getrieben werden, dass sich der Charakter des Hotels weitgehend verändert und ein neuer Typ entsteht, den wir vielleicht als Herberge bezeichnen können. Dass aus einer solchen Umstellung tatsächlich fühlbare Preisermässigungen entstehen, ist offensichtlich nicht zu bezweifeln. Auch bewegt sich die qualitative Verschlechterung der Leistung noch in einem Rahmen, der als tragbar angesehen werden darf. Immerhin sind hier auch zwei ernst zu nehmende Gegenargumente zu nennen. Der erwähnte veränderte Charakter des Hotels als Folge der Umstellung ist nicht in jedem Falle geeignet, dem Unternehmen die bisherige Kundschaft zu erhalten. Sie wird sich mit grosser Bestimmtheit an andere Orte wenden, wo sie die gewohnte, ihr zusagende Leistung weiterhin erhält. Diese Abwanderung kann noch verstärkt werden, weil die von den neuen Einrichtungen Gebrauch machenden Familien sehr wahrscheinlich aus andern Bevölkerungsschichten kommen und das von der Stammkundschaft geschätzte Milieu zerstören. Der andere Einwand ist auf die Kosten der Umstellung zurückzuführen. Die gut arbeitende Unternehmung wird sich aus den bereits genannten verständlichen Gründen nicht zu einer Aenderung entschliessen. Es kommen deshalb in erster Linie die aus irgend einem Grund unrentabel arbeitenden Hotels für eine Umstellung in Frage. Gerade diese Unternehmungen werden aber auch Schwierigkeiten haben, die nötigen Kredite für die Vermehrung der Bettenzahl zu beschaffen. Hier besteht eine Möglichkeit für die an der Verwirklichung des Familienschutzgedankens im Tourismus interessierten Kreise, helfend einzuspringen und die notwendigen Vorschüsse zu gewähren oder zu vermitteln, selbstverständlich gegen gewisse Garantien in bezug auf die spätere Preisstellung, insbesondere die Preisdifferenzierung zu Gunsten der Familie. Als Kreditgeber kommen neben dem Staat wohl auch sozialtouristische Organisationen, Gewerkschaften, grössere Handels- und Industrieunternehmungen, allenfalls sogar Transportunternehmungen und, soweit sie über genügend Mittel verfügen, Familienvereinigungen in Frage.

Zur Einsparung von Bereitschafts- und Beschäftigungskosten durch teilweise Selbstbedienung der Gäste in den Zimmern sind grundsätzlich die gleichen Ueberlegungen anzustellen. Lediglich das Finan-

erungsproblem stellt sich bei dieser Art Umstellung nicht. Dagegen erden die angestammten Gäste eine solche Veränderung mit viel-ch noch grösserem Unwillen entgegennehmen und der Unterschied wischen ihnen und den neuen Gästen, welche bereit sind, einen Teil er Personalaufgaben zu übernehmen, wird noch vertieft. Dasselbe ifft zu in bezug auf die Selbstbedienung im Restaurant, nur dass er wiederum Neuinvestierungen notwendig sind, einerseits durch nschaffung von geeignetem Inventar, anderseits durch gewisse sich ufdrängende bauliche Veränderungen.

Das Angebot einfacherer Mahlzeiten, welches wir als eine weitere öglichkeit zur Herabsetzung der Beherbergungspreise erkannt aben, bietet vorerst sicher keine Schwierigkeiten. Umstellungen von edeutung sind nicht notwendig und diese Verbilligungsmöglichkeit ann deshalb grundsätzlich kaum angefochten werden. Dagegen er-bt sich ein Einwand betriebswirtschaftlicher Natur. Jede Vermeh-ng der Mahlzeittypen, welche zum gleichzeitigen Angebot herge-ellt werden, wirkt sich in der Küche und teilweise auch im Service ngünstig aus. Die Bereitschafts- und die Beschäftigungs-, allenfalls ogar die Kapazitätskosten steigen sofort an, weil mehr Personal und ehr Vorräte vorhanden sein müssen und weil die Erweiterung des ngebotes unter Umständen in der Küche sogar bauliche Veränderun-en bedingt. Aus diesem Grunde kommt wohl in den meisten Fällen ur eine radikale Umstellung in der Weise in Frage, dass nur noch Iahlzeiten der einfacheren Gattung angeboten werden. Dies wird iederum ähnliche Auswirkungen haben wie die Umgestaltung der immer im Sinne einer Bettenvermehrung. Man kann deshalb wohl gen, dass eine Massnahme für sich allein kaum in Frage kommt, ass jedoch beide zusammen sehr wohl geeignet sind, die Nachfrage ach Ferien von Familien mit bescheidenem Einkommen zu decken, enn die Aenderung tatsächlich mit einer einigermassen ins Ge-icht fallenden Preissenkung verbunden werden kann. Dabei darf doch der weitere Einwand nicht übersehen werden, dass alle diese chnischen Umstellungen eine offensichtliche Verschlechterung des ngebotes mit sich bringen. Sie können als Ueberbrückungsmass-ahme, selbst während längerer Zeit nicht abgelehnt werden. Auf die auer sollten sie jedoch dem Fernziel, auch der Familie mit relativ escheidenem Einkommen Zugang zum traditionellen Hotel zu ver-chaffen, Platz machen.[38])

In bezug auf die Differenzierung der Preise nach der angebotenen ualität haben wir bereits erkannt, dass sie bei den Mahlzeiten kaum

[38]) Bernsasconi A., a. a. O., S. 85, stellt die gleiche Forderung in anderem sammenhang.

in Frage kommen kann, weil schon das Angebot verschiedener Mahl-
zeitentypen grundsätzlich unwirtschaftlich ist und damit preiser-
höhend wirkt. Bei den Zimmern bietet sich diese Möglichkeit eher
und deren preismässige Abstufung ist denn auch eine Massnahme,
die in Richtung der Verwirklichung des Familienschutzgedankens im
Tourismus geht, sofern die Differenzierung so ausgestaltet wird, dass
nur oder vor allem den Familien daraus ein besonderer Vorteil er-
wächst. Dabei darf aber nicht übersehen werden, dass in diesem
Vorgehen auch ein Pferdefuss steckt, weil dann den Familien mit
Kindern gezwungenermassen die schlechtern, vielleicht ungesunden
Zimmer vorbehalten bleiben, während die guten und teureren Zimmer
zahlungskräftigen kinderlosen Ehepaaren und Einzelpersonen zur Ver-
fügung stehen. In diesem Sinne scheint uns eine theoretisch vielleicht
mögliche Differenzierung der Preise bei den Zimmern als nicht unbe-
dingt in der Richtung der Familienschutzbestrebungen liegend, dies
umso weniger, als selbst forcierte Preisunterschiede aus marktheo-
retischen Gründen sich in verhältnismässig engen Grenzen bewegen
würden.

Bei der zeitlichen Differenzierung der Preise würde es sich darum
handeln, das zeitlich verschiedene Verhältnis von Angebot und Nach-
frage nach Beherbergungsleistungen so auszunützen, dass in Zeiten
grosser Nachfrage verhältnismässig höhere Preise gefordert würden,
während dann bei schwacher Nachfrage der Ausgleich geschaffen
werden könnte. Hierzu ist einmal grundsätzlich einzuwenden, dass
die grosse Nachfrage in sehr ausgeprägtem Masse gerade auf die
Familien zurückzuführen ist, weil diese wegen der ziemlich einheit-
lichen Festsetzung der Schulferien innerhalb eines gewissen, ver-
hältnismässig eng begrenzten Zeitraums ihre Ferien verbringen
müssen. Eine allgemeine Preiserhöhung in Zeiten verstärkter Nach-
frage als Ausgleich von niedrigeren Vor- und Nachsaisonpreisen
müsste gerade Familien mit schulpflichtigen Kindern treffen und kann
deshalb nicht im Interesse des Familienschutzes liegen.

Es bleibt nun noch die Frage offen, ob allenfalls die Preise während
der Hochsaison oder allgemein für Einzelpersonen und für Ehepaare
erhöht und für Kinder gesenkt werden könnten. Die Zweckmässig-
keit dieser Massnahme ist, vom Standpunkte des Familienschutzes
gesehen, offensichtlich und es scheint uns, dass hier ein Weg vor-
handen ist, der auch von den angestammten Hotelunternehmungen
bei der Verwirklichung des Familienschutzgedankens beschritten
werden könnte. Dabei muss allerdings eine Einschränkung gemacht
werden. Diese Art von Preisdifferenzierung ist nur dann möglich,
wenn die ganze Branche sich daran beteiligt. Es braucht dazu eine
kartellartige Vereinbarung. Bevor zu ihrer Durchführung geschritten

ird, muss möglichst genau abgeklärt werden, wie weit der Preis für nzelpersonen nach oben getrieben werden kann, ohne dass sich erbliche Störungen auf dem Markte ergeben. Ist diese Grenze festelegt, so kann die Ermässigung für Kinder ebenfalls berechnet werden, wobei ein degressives System ohne unüberwindliche Schwierigeiten möglich ist.

Dieses kann sogar umso ausgeprägter sein, als ja mit zunehmender inderzahl immer weniger Familien in der Lage sein werden, ihre erien im Hotel zu verbringen. Der vollständigen Kartellierung des otelwesens, die wir für jede derartige Preisdifferenzierung voraustzen, stehen zwar gewisse Schwierigkeiten gegenüber. Felix[39]) ennt insbesondere das Vorherrschen zahlreicher Mittel- und Kleinetriebe, die erschwerte Standardisierung der Leistungen, unterhiedliche Kostenstruktur. Dazu kommt die internationale Konkurnz. Eine Kartellordnung könnte dann die grössten Vorteile zu unsten der Familie zeitigen, wenn sie auch über die Landesgrenzen naus reichen würde.

Nachdem nun eine beschränkte Anzahl Wege zu Preisermässiungen zu Gunsten der Familie festgestellt wurden, hätten wir noch bzuklären, ob diese Verbilligungen allein auch tatsächlich geeignet nd, die Nachfrage zu befriedigen oder ob noch andere, bisher nicht erücksichtigte Faktoren eine Rolle spielen. Wenn wir von der Anahme ausgehen, dass eine Ermässigung zustande käme, die es tatchlich mehr Familien erlauben würde, ihre Ferien im Hotel zu veringen, so ist noch nicht gesagt, dass sie dies dann auch wirklich n werden. Es stellt sich die Frage, ob das traditionelle Hotel unedingt und in jeder Beziehung geeignet ist, als idealer Aufenthaltst für eine Familiengemeinschaft zu dienen. Dies ist insbesondere ei Hotels der höheren Klassen zu bezweifeln, in denen sich die Kinr vielleicht nicht ohne weiteres zu Hause fühlen und in denen die milie als Gemeinschaft von Eltern und Kindern unter Umständen benfalls zu kurz kommt. Diese Lücke kann jedoch u. E. teilweise eschlossen werden, indem geeignete Spielplätze und Spielräume für e Kinder geschaffen werden und indem man die übrigen Aufentltsräume so gestaltet, dass sie sich für das Beisammensein der milie möglichst gut eignen. Zwar führen solche Umgestaltungen reits wieder zu Investitionen und damit zu neuen Kosten. Einfach ehalten, dürften sie sich aber in eher bescheidenem Rahmen begen.

[39]) Felix K., Preisabreden im schweizerischen Hotelgewerbe, Zürcher ss., Luzern 1934.

3. Andere Möglichkeiten

Nachdem wir erkannt haben, dass sich der Familienschutzgedanke beim traditionellen Hotel auf unternehmungswirtschaftlicher Basis nur in beschränktem Umfange verwirklichen lässt, sind wir gezwungen, nach weitern Möglichkeiten zu suchen.

Ein erster Weg besteht darin, dass wir die Gesamt-Kapazitätskosten im Vergleich zum Hotel zu senken versuchen. Dies kann bei der Erstellung von neuen Beherbergungsstätten in einem gewissen Ausmass dadurch geschehen, dass man diese Einrichtungen nur verhältnismässig leicht und einfach, d. h. unter Weglassung von reinen Gesellschaftsräumen baut, weil sie ja ohnehin nur gerade während der Hauptreisezeit, also mitten im Sommer, benützt werden. Selbstverständlich sind solche Unterkunfts- und Verpflegungsstätten nicht in jeder Gegend empfehlenswert. Je leichter sie gebaut sind, desto mehr sind sie an ein ausgeglichenes und mildes Klima gebunden. Und umgekehrt, je angenehmer und ausgeglichener das Klima ist, desto leichter können sie gebaut werden. Wir erhalten so eine Abstufung, die vom verhältnismässig gut gebauten einfachen Ferienhaus in den Alpen bis zum village de toile am Mittelmeer reicht. Dadurch, dass auch bei diesen Einrichtungen die mehr oder weniger weitgehende Selbstbedienung der Gäste vorgesehen wird, können auch die Bereitschafts- und die Beschäftigungskosten wesentlich gesenkt werden. Die Forderung nach einem niedrigen Preis kann damit für zahlreiche Familien als erfüllt betrachtet werden.

Die Zweckmässigkeit dieser neu zu schaffenden Einrichtungen für Familienferien kann dadurch erreicht werden, dass man auch hier geeignete Spielplätze und Aufenthaltsräume für die Kinder schafft und bei der Erstellung der Schlafräume speziell auf die Bedürfnisse von Familien mit Kindern Rücksicht nimmt.

Beide Forderungen, Preiswürdigkeit und Zweckmässigkeit, werden von verschiedenen Formen erfüllt. Wir nennen lediglich drei voneinander mehr oder weniger grundverschiedene Arten: Das grosse Ferienhaus, das feste Camp und das Zeltlager. Als grosses Ferienhaus betrachten wir ein hotelartiges Gebäude, das einer grösseren Anzahl Familien Unterkunft bietet und das allenfalls die nötigen Ergänzungsräumlichkeiten, einschliesslich Kochstellen für Selbstkocher, aufweist. Die Familien werden nicht in Massenlagern untergebracht, sondern in Zimmern, welche aber sehr einfach gestaltet sind. Das feste Camp lässt sich gut mit einem Zeltlager vergleichen. An Stelle der Zelte treten kleine Häuschen, welche die nötigen Schlafstellen und allenfalls einen kleinen Aufenthaltsraum für jede Familie enthalten. Daneben sind gemeinsame Essräume für alle Gäste des Camps und

eine zentrale Küche sowie weitere Aufenthalts- und Spielräume vorhanden.

Wir haben absichtlich die Einfamilien-Ferienhäuser und die Ferienwohnungen bis jetzt nicht genannt. Sie bilden u. E. eine weitere, von den bisher genannten Formen abweichende Art Ferienbeherbergung für die Familie. Ferienhäuschen und Ferienwohnungen weisen einen grossen Vorteil auf: Die Familie, welche vielleicht im Alltag verhältnismässig selten während längerer Zeit gemeinsam freie Stunden verbringen kann, lebt hier wirklich für sich allein zusammen. Die Eltern können sich den Kindern widmen und umgekehrt haben die Kinder während den Ferien die Eltern ganz für sich. Irgendwelche Einschränkungen des Familienlebens aus Rücksichtnahme auf andere Gäste sind nicht notwendig. Diesem Vorteil steht allerdings ein nicht zu übersehender Nachteil gegenüber: Das Ferienhäuschen oder die Ferienwohnung bedingt vielfach die Selbstverpflegung der Familie. Dadurch wird vor allem die Mutter nur teilweise von ihrer Hausarbeit entlastet. Der Nachteil kann auf zwei Arten gemildert werden: Durch möglichst rationelle Einrichtung der Ferienwohnung, insbesondere der Küche, oder durch Abgabe billiger Mahlzeiten in einer nahen Verpflegungsstätte. Die erste Möglichkeit bedingt teilweise vermehrte Investitionen und damit erhöhte Kosten, während die zweite ebenfalls, selbst bei noch so billigen Mahlzeiten, eine gewisse Verteuerung der Ferien gegenüber der Selbstverpflegung mit sich bringt.

4. Praktische Lösungsversuche

Wie bei den Transportunternehmungen finden wir auch im Beherbergungswesen eine lange Reihe von Lösungsversuchen. Dabei liegen die Extreme noch bedeutend weiter auseinander. Die qualitative Abstufung kann in einem bedeutend grösseren Spielraum erfolgen und auch die betriebswirtschaftlichen Voraussetzungen sind, wie wir gesehen haben, von Angebotsform zu Angebotsform sehr verschieden. Wir greifen deshalb auch hier nur einige uns besonders typisch erscheinende Beispiele heraus.

Es wurde bereits festgestellt, dass dem Hotel in seiner traditionellen Form auf Grund der betriebswirtschaftlich bedingten Eigenart bei Aufrechterhaltung der hergebrachten und von vielen Feriengästen wirklich geschätzten Betriebsweise keine zu grossen Möglichkeiten geboten sind, der Familie bei der Preisberechnung entgegen zu kommen. Der offizielle Tarif des Schweizer Hotelier-Vereins[40]) sieht für

[40]) Schweizer Hotel-Führer 1954/55.

Kinder Preisermässigungen nur bis zum Alter von 12 Jahren vor. Der Maximalrabatt beträgt für Kinder von 1 bis 6 Jahren 50% und für Kinder bis zu 12 Jahren 30%, sofern keine besondern Zimmer beansprucht werden. Um die durchschnittlichen Auswirkungen dieser Vergünstigung in der Praxis abzuklären, haben wir Hotelrechnungen von 71 ausgewählten Angestellten- und Arbeiterfamilien verarbeitet. Das Ergebnis ist in den Tabellen 14 und 15 zusammengefasst.

Tabelle 14: Mittlere Aufenthaltsdauer und mittlerer Pensionspreis bei Angestellten- und Arbeiterfamilien

Ehepaare mit	Anzahl Familien	Anzahl Personen		Aufenthaltstage		Mittlerer Pensionspreis*)
		je Familie	Total	je Familie	Total	
						Fr.
0 Kind	30	2	60	257	8,6	13.90
1 Kind	17	3	51	143	8,4	13.75
2 Kindern	15	4	60	129	8,6	13.75
3 Kindern	9	5	45	80	8,9	13.70
Total	71	—	216	609	—	—
Durchschnitt	—	3,04	—	—	8,6	13.80

*) gemäss Ferienführer der Schweizer Reisekasse, alles inbegriffen, eine erwachsene Person.

Die Zahlen zeigen vorerst eine deutliche Stabilität der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer, die selbst bei zunehmender Kinderzahl nicht abnimmt. Dasselbe trifft auch beim Pensionspreis, d. h. bei der gewählten Hotel-Kategorie zu. Familien mit grösserer Kinderzahl gehen nicht unbedingt in einfachere Hotels. Weitere Vergleiche können mit diesen Zahlen vorerst nicht angestellt werden. Insbesondere darf die durchschnittliche Aufenthaltsdauer nicht mit dem Landesmittel verglichen werden, weil nur Hotelrechnungen verarbeitet wurden, die für Familienferien ausgestellt wurden (mindestens sechs Tage im Hotel).

Die Kosten der Ferien nehmen mit zunehmender Kinderzahl progressiv zu (Tabelle 15). Dies erklärt sich dadurch, dass bei mehreren Kindern für die Familie ein Zimmer nicht mehr genügt und deshalb

Tabelle 15: Hotelrechnungen von Angestellten- und Arbeiterfamilien

Ehepaare mit	Hotelrechnung		
	Total alle Familien	Durchschnitt je Familie	je Aufenthaltstag u. Familie
	Fr.	Fr.	Fr.
0 Kind	7 096.30	236.55	27.61
1 Kind	5 150.40	302.95	36.02
2 Kindern	5 890.60	392.95	45.66
3 Kindern	4 551.—	505.65	56.89
Total	22 688.30	--	—
Durchschnitt	—	312.20	37.20

die Rabatte nicht mehr oder nicht mehr voll zur Anwendung kommen. Damit wirkt sich die zunehmende Kinderzahl nicht nur in einer absoluten, sondern auch in einer relativen Verteuerung aus. Die auf Grund der in Tabelle 15 enthaltenen Zahlen berechneten mittleren Aufenthaltskosten je Tag betragen:

für das Elternpaar	Fr. 27.61
für das 1. Kind	Fr. 8.41
für das 2. Kind	Fr. 9.64
für das 3. Kind	Fr. 11.23

Die durchschnittliche Ermässigung für die Kinder gegenüber dem Preise für Erwachsene beträgt für das 1. Kind 39%, für das 2. Kind 30% und für das 3. Kind noch 19%. Daraus müssen wir schliessen, dass die traditionelle Hotelunternehmung in der Schweiz in bezug auf die Preise den kleinern Familien ziemlich weit entgegenkommt, dass dagegen die Ermässigungen für Familien mit drei und mehr Kindern vom Standpunkte des Familienschutzes aus betrachtet, ungenügend sind.

Selbstverständlich wären zu diesen Auslagen noch die Kosten der Reise hinzuzurechnen. Sie dürften ungefähr gleich hoch sein wie jene von Familien, die ihre Ferien in Ferienwohnungen (s. Tabelle 16) verbringen und deren Auslagen wir nachfolgend noch betrachten werden. Die sogenannten «Extras» dürfen ebenfalls nicht übersehen werden, wenn sie auch bei Familienferien vielleicht etwas weniger in den Vordergrund treten.

Die zweite in der Schweiz wichtige Form von Familienferien ist wohl unbestritten jene in der Ferienwohnung. Wir haben die durchschnittlichen Auslagen anhand der Rechnungen von 93 Familien mit zwei bis fünf Kindern zu ermitteln versucht und gleichzeitig die entsprechenden Kosten für die Bahnfahrt vom Wohnort zum Ferienort und zurück aufgearbeitet (Tabelle 16).

Tabelle 16: Auslagen für Reise bzw. Aufenthalt in Ferienwohnungen (Mittlere Aufenthaltsdauer 14 Tage)

Ehepaare mit	Anzahl Familien	Gesamt-Auslagen		Durchschn. je Familie	
		Ferienwohnung	Bahnbillette	Ferienwohnung	Bahnbillette
		Fr.	Fr.	Fr.	Fr.
2 Kindern	19	3 327.90	1 623.75	175.15	85.45
3 Kindern	39*)	7 677.40	3 633.80	196.85	93.15
4 Kindern	21*)	3 943.05	1 852.80	187.75	88.25
5 Kindern	14*)	3 775.15	1 395.05	269.65	99.65
Total	93	18 723.50	8 495.40	—	—
Durchschnitt	—	—	—	201.35	91.35

*) davon je eine Familie mit nur einem Ehegatten

Die Zahlen zeigen, dass auch hier mit zunehmender Kinderzahl ein gewisser Trend nach oben vorhanden ist, dass dieser aber viel weniger ausgeprägt in Erscheinung tritt als beim Hotelaufenthalt. Wir dürfen annehmen, dass dies selbst beim Einbezug der Verpflegungskosten noch der Fall wäre, obwohl diese den Unterschied zweifellos verkleinern würden. Damit ist bereits gesagt, dass die Ferienwohnung für kinderreiche Familien relativ billiger ist als das Hotel.

Die Kosten für die Unterkunft in Ferienwohnungen machen bei allen Familienkategorien rund 68% der Gesamtauslagen für Unterkunft und Beförderung aus oder wenig mehr als doppelt so viel wie die Auslagen für Bahnbillette. Daraus kann man wiederum erkennen, dass die Auslagen für Unterkunft und Verpflegung im Ferienbudget der Familie offensichtlich dominieren.

Ueber die Beherbergungsauslagen bei verschiedenen Unterkunftsarten und für Familien unterschiedlicher Grösse gibt die Tabelle 17

einige Beispiele. Diese zeigen vor allem, dass neben den erheblichen Unterschieden beim Normalpreis insbesondere auch bemerkenswerte Abweichungen im Ausmass der Ermässigung für Familien bestehen.

Tabelle 17: Beherbergungsauslagen (Unterkunft und Verpflegung) für verschiedene Familien bei verschiedenen Beherbergungsformen, Sommer 1956*)

Elternpaar und	7 Tage «alles inbegriffen»				
	Hotel 2. Kl. Schweiz	Gewerkschaftl. Ferienheim, Schweiz	Camp, England	Family Center England	Zeltlager Italien
3 Kinder von 3, 5 und 7 Jahren					
a sFr.	700	431	600	390	360
b sFr.	518	303	414	273	303
Ermässigung sFr.	182	128	186	117	57
,,	26%	30%	31%	30%	16%
3 Kinder von 9, 11 und 13 Jahren					
a sFr.	700	431	600	390	360
b sFr.	616	357	474	312	348
Ermässigung sFr.	84	74	126	78	12
,,	12%	17%	21%	20%	3%
5 Kinder von 5, 7, 9, 11 und 13 Jahren					
a sFr.	980	603	840	546	504
b sFr.	784	438	594	409	454
Ermässigung sFr.	196	165	246	137	50
,,	20%	27%	29%	25%	10%

a) Normalpreis (für 5 bzw. 7 erwachsene Personen)
b) Wirklich zu bezahlender Preis

*) Auf Grund direkter Anfragen bei den betreffenden Unternehmungen.

Bei der Schaffung neuer Beherbergungsformen wurden in verschiedenen Ländern zum Teil neue Wege begangen. Wir erwähnen lediglich einige wenige typische Beispiele.[41])

Deutschland: Ferienlager für Familien des Familien-Werk e. V. (Institution des Deutschen Caritasverbandes). Führt in geeigneten, von Fall zu Fall gewählten Häusern mit 12 bis 18 Familien (mindestens je drei Kinder) Lager von 12 bis 21 Tagen durch. Jedes Elternpaar erhält ein Zimmer, die Kinder werden in Räumen von 8 oder 10 für sich untergebracht. Säuglingsschwester und Kindergärtnerin sind vorhanden. Das Essen wird gemeinsam eingenommen, wobei jede Familie ihren eigenen Tisch hat. Jede Familie zahlt das, was sie während den Ferien verdient, bzw. verdienen würde (abzüglich Steuern), dazu die Fahrt.

Grossbritannien: Family-Centres der Workers Travel Association. Diese Organisation unterhält u. a. am Meer zwei moderne, für Familien bestimmte Ferienzentren. Es handelt sich je um ein Zentralgebäude mit mehreren darum gebauten Schlafblöcken. Diese enthalten Einer- und Zweierzimmer. Die Kinder können das Nachtessen früher einnehmen als die Erwachsenen. Einrichtungen zum Waschen der Kinderwäsche und Bügeleisen sind vorhanden. Die Preise für Kinder sind z. T. stark ermässigt.

USA: Camps der Stadt Berkeley (kommunale Einrichtungen). Unterkunft in Zelten mit Holzboden und -wänden. Gemeinsamer Freizeit- und Essraum. Wohn- und Haushalteinrichtungen und -gegenstände (auch Waschmaschinen, Kochplatten usw.) stehen unentgeltlich oder gegen kleine Gebühr zur Verfügung. Für Kinder werden ermässigte, nach dem Alter abgestufte Preise berechnet.

Schweiz: Ferienwohnungen des Schweiz. Vereins für Familienherbergen. Es handelt sich hier um eine u. E. vorbildliche Selbsthilfemassnahme. Der Verein bezweckt die Beschaffung von billigen und guten Ferienwohnungen. Er verwaltet eine grosse Anzahl eigener oder gemieteter Häuser. Neben kleinen Objekten mit einer bis drei Ferienwohnungen sind Herbergen in einem ehemaligen Parkhotel und in einem leerstehenden Priesterseminar untergebracht. Die Preise werden nur für die Ehepaare und zwei Kinder (letztere verbilligt) erhoben. Weitere Kinder, ausgenommen solche über 16 Jahre sind frei. Kinderlose Ehepaare zahlen in der Regel einen kleinen Zuschlag. Familien mit kleinem Einkommen geniessen Ermässigungen von 30% bis 50%.

[41]) zum Teil bei Rickenbach W., Familienferien im Ausland, in: Schweizerische Zeitschrift für Gemeinnützigkeit, Heft 10/11, 1954 entnommen.

IV. Die Möglichkeiten des Reisebüros bei der Preisgestaltung

Das Reisebüro nimmt im modernen Verkehr, besonders im Tourismus, eine immer wichtigere Stellung ein. Wir haben deshalb auch abzuklären, ob ihm allenfalls gewisse Möglichkeiten zu einer Einflussnahme auf den Preis der Familienreisen und -ferien zur Verfügung stehen. Dabei gehen wir von normalen schweizerischen Verhältnissen aus, d. h. wir berücksichtigen in unsern Ueberlegungen in erster Linie das mittelgrosse selbstständige Reisebüro und lassen sowohl die Riesenunternehmung mit tausend und mehr Angestellten, wie auch das besonders im Ausland noch häufig anzutreffende Ein-Mann-Büro ausser Betracht; in der Meinung, dass diese Spezialfälle grundsätzlich doch nicht andere Voraussetzungen erfüllen.

1. Betriebswirtschaftliche Voraussetzungen

Das Reisebüro weist praktisch nur Kapazitäts- und Bereitschaftskosten auf. Die Leistungseinheitskosten hängen sowohl von der Bereitschaftsstufe, vom Beschäftigungsgrad, vom Intensitätsgrad, d. h. vom Verhältnis der effektiven zu den normalerweise möglichen Betriebsleistungen je Beschäftigungseinheit[42]) und vom Nutzgrad ab. Die Kapazitätskosten sind als fast unveränderlich zu betrachten. Lediglich die Bereitschaftskosten können durch verschiedene Massnahmen mehr oder weniger dem Arbeitsanfall angepasst werden. Doch sind auch hier die Grenzen eng, weil zahlreiche Arbeiten nur spezialisiertem Personal übertragen werden können, das während längerer Zeit ausgebildet wurde.

Als Beschäftigungseinheit kann beim Reisebüro wie beim Ladengeschäft[43]) die Verkäuferstunde betrachtet werden, d. h. die Zeit, während der ein Verkäufer tatsächlich mit einem Kunden schriftlich oder mündlich in Kontakt ist. Je regelmässiger, intensiver der Schalterbeamte des Reisebüros beansprucht ist, desto grösser ist der Intensitätsgrad. Je mehr schliesslich von dieser Arbeit sich in Marktleistung verwandelt, desto grösser ist der Nutzgrad. All dies sind im Grunde genommen banale Wahrheiten, die wir nur eingeflochten haben, um die weitern Möglichkeiten besser überblicken zu können.

[42]) Walther A., Einführung, a. a. O., 1. Band, S. 237.
[43]) Walther A., Einführung, a. a. O., 1. Band, S. 284.

2. *Die Kalkulation des Reisebüros und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten für preisliche Begünstigungen der Familie*

Wir betrachten hier lediglich jenen Teil des Reisebürobetriebes, der sich mit der Vermittlung von Familienferien und allenfalls -ausflügen befasst. In bezug auf die Preisstellung weicht er teilweise erheblich von den übrigen Zweigen des Reisebürogeschäftes ab. Der durchschnittlichen Familie können im allgemeinen nur Beförderung oder Beförderung und Unterkunft vermittelt werden. Für weitere Dienstleistungen, besonders in der Form kompletter Pauschalreisen, besteht eine verhältnismässig geringe Nachfrage. Beförderung und Unterkunft kann sich nun aber der Familienvater auch direkt bei der Transportunternehmung bzw. beim Hotel usw. beschaffen. Er wird dies insbesondere dann tun, wenn das Reisebüro für seine Vermittlertätigkeit von ihm eine Entschädigung verlangt. Damit ist dem Reisebüro für den Preis seiner eigenen Leistung eine obere Grenze gesetzt. Es ist ihm die Möglichkeit einer Preispolitik in seiner eigentlichen Tätigkeit, der Vermittlung von Beförderungs- und Beherbergungsgelegenheiten, weitgehend versagt.[44]) Es darf zu den offiziellen Preisen der Transportunternehmungen, Hotels usw. höchstens einen ganz bescheidenen Zuschlag erheben, sofern seine Vertragspartner ihm dies überhaupt gestatten. Daneben muss es sich mit den von den Partnern überlassenen Verkaufsprovisionen begnügen. Diese Marge zwischen Nettopreis, den das Reisebüro für Beförderung und Beherbergung bezahlen muss, und dem Verkaufspreis, den es vom Kunden fordern kann, ist nun aber meistens verhältnismässig gering. Deshalb werden andere Zweige des Reisebürogeschäftes, beispielsweise die Organisation von grossen Gruppenreisen, die Vermittlung von Flug- und Schiffspassagen usw. vielfach interessanter.[45]) Dies schliesst nun aber nicht aus, dass sich das Reisebüro doch in einer die Familienferien fördernden Weise betätigen kann. Wir haben gesehen, dass eine schweizerische Familie mit drei Kindern durchschnittlich rund 600 Fr. für Ferien im Hotel ausgibt. Solche Kunden zu gewinnen, lohnt sich auch für das Reisebüro. Sie gewinnen, heisst ferner den Nutzgrad der Transport- und Beherbergungsunternehmungen heben helfen und ihnen damit allenfalls die Grundlage zu einem familiengerechten Preisgebahren verschaffen. Die Mittel, die das Reisebüro dazu be-

[44]) Eckemann K., Die Betriebswirtschaft eines Reisebüros, Diss., Frankfurt a. Main 1930, S. 58.

[45]) Die von Eckemann K. (a. a. O., S. 64) dargestellte Normal-Ertragsstufenreihe Pauschalreisen—Passagen—Kreditbriefe usw. hat auch heute noch vielfach ihre Gültigkeit.

nötigt, liegen insbesondere in der Werbung und Beratung, auf die wir noch zu sprechen kommen werden.

Ferner hat das Reisebüro Gelegenheit, durch zweckmässige Zusammenfassung der Nachfrage der Familien nach Ferien- und Reisegelegenheiten diesen bereits vorhandene Preisermässigungen (z. B. Gesellschaftstarife der Transportunternehmungen, Ermässigungen durch Frequenzgarantie im Beherbergungswesen) zugänglich zu machen. Damit kann es auch die Uebernahme gewisser organisatorischer Aufgaben verbinden und so sein Angebot attraktiver und zugleich einträglicher gestalten.

Dort wo keine Reisebüros vorhanden oder diese aus irgendwelchen Gründen nicht in der Lage sind, die erwähnten Aufgaben zu erfüllen, sollten die lokalen Familienvereinigungen einspringen und allfällige diesbezügliche Möglichkeiten ausschöpfen.

C. Andere Massnahmen

I. Organisatorische Massnahmen

Zur bessern Deckung des Bedarfes der Familie an Verkehrs- und Fremdenverkehrsleistungen können auch organisatorische Massnahmen ergriffen werden, welche sich im Sinne eines Ausrichtens Mehrerer auf die rationelle Lösung einer Hauptaufgabe auswirken. Wir wollen dabei jene Massnahmen, welche sich direkt auf den Preis auswirken, zum vornherein ausschliessen, weil sie bereits in den vorangehenden Abschnitten genannt wurden. Ferner lassen wir alles beiseite, was die Verbesserung der Markttransparenz zum Ziele hat, weil dieses Problem Gegenstand einer besondern Betrachtung bildet. So verbleiben noch zwei wichtige Gebiete, auf denen mittels Organisation der Familie bei der Deckung ihres Bedarfes geholfen werden kann: Die Verteilung eines allfälligen Nachfrageüberhanges während einer bestimmten Zeit auf einen längern Zeitabschnitt einerseits und die Erleichterung der Selbstfinanzierung grosser Reiseausgaben anderseits. Das erste Problem gipfelt in der Frage der Ferienstaffelung, das zweite in jener des Feriensparens.

1. Die Ferienstaffelung

Bei jeder Maschine muss für einen regelmässigen Materialnachschub gesorgt werden, damit sie gut ausgenützt werden kann und wirtschaftlich arbeitet. In jedem Wirtschaftszweig sollte ein möglichst regelmässiger Absatz vorhanden sein, d. h. die Nachfrage sollte gleichmässig anfallen, wenn sein Wirtschaftlichkeitsgrad hoch sein soll. Sind diese Forderungen nicht erfüllt, so entstehen zwei Nachteile: Das Material kann bei grossem Anfall nicht fristgerecht verarbeitet bzw. die Nachfrage nicht befriedigt werden und während den Zeiten geringen Anfalles ist die Maschine bzw. der Wirtschaftszweig nicht voll ausgenützt, was die Kosten je Leistungseinheit in die Höhe treibt.

Wenn wir nun den Zeitpunkt der Nachfrage der Familie nach Verkehrs- und Touristikleistungen betrachten, so können wir feststellen, dass sie im regelmässigen Muss-Verkehr innerhalb längerer Perioden ziemlich gleichmässig einsetzt und somit nicht Gegenstand besonderer Massnahmen sein muss. Immerhin lassen sich im Ablauf eines Tages Zusammenballungen feststellen, die durch zeitliche Staffelung des Arbeitsbeginns in Büros, Werkstätten und Schule aufgelockert werden können. Solche Massnahmen — sie können selbstverständlich nur auf Grund genauer betriebswirtschaftlicher Untersuchungen empfohlen werden — wirken sich hier jedoch in erster Linie auf den Preis aus, weil die mengenmässige Angebotselastizität der in Frage kommenden Transportunternehmungen im allgemeinen recht gross ist. Es entsteht deshalb nur selten ein eigentlicher Nachfrageüberhang. Dies trifft auch im Kann-Verkehr zum Teil zu, soweit sich nur sehr kurzfristige Zusammenballungen ergeben, wie beispielsweise bei Sonntagsausflügen über verhältnismässig kurze Entfernungen. Die Transportunternehmungen können hier die Nachfrage im Einzelfalle über ihre normale Kapazität hinaus befriedigen, indem sie auch Stehplätze anbieten.

Anders liegen dagegen die Verhältnisse im Ferienreiseverkehr. Hier ist die Nachfrage der Familie in sehr starkem Ausmass von den Schulferien abhängig, d. h. die Nachfrage aller Familien mit wenigstens einem schulpflichtigen Kind ballt sich auf diese Zeit zusammen. Dadurch entsteht gegebenenfalls ein Ueberhang, der nicht abgetragen werden kann. Dies trifft teilweise bereits bei den Transportunternehmungen, in ganz besonderem Masse jedoch bei den Hotels, Pensionen usw. zu. Der Nachfrageballung kann nun auf zwei Arten entgegengewirkt werden. Entweder werden die Schulferien verlängert oder so gestaffelt, dass nicht alle Schüler gleichzeitig Ferien haben. Die Staffelung ist selbstverständlich nicht innerhalb einer Schule

oder einer Ortschaft durchzuführen, sondern nur innerhalb grösserer Gebiete eines Landesteils oder eines Staates. Nötigenfalls können sogar internationale Pläne aufgestellt werden. Beide Massnahmen, Ferienverlängerung und -staffelung können auch miteinander kombiniert werden, was ihre Wirkung noch bedeutend verstärkt. Die folgenden Beispiele mögen dies zeigen:

(1)	Keine Staffelung, fünf Wochen Schulferien	
	Angebot: 1000 Betten während 35 Tagen	35 000 Logiernächte
	Nachfrage:	
	Stadt A: 3500 Personen je 10 Tage	35 000 „
	Stadt B: 3500 Personen je 10 Tage	35 000 „
	Ungedeckte Nachfrage	35 000 „
(2)	Verlängerung der Schulferien um zwei Wochen	
	Angebot 1000 Betten während 49 Tagen	49 000 „
	Nachfrage bleibt gleich, davon ungedeckt	21 000 „
(3)	Staffelung der Schulferien um zwei Wochen	
	Angebot: 1000 Betten während 49 Tagen	49 000 „
	Nachfrage bleibt gleich, davon ungedeckt	21 000 „
(4)	Verlängerung und Staffelung der Ferien um je zwei Wochen	
	Angebot: 1000 Betten während 63 Tagen	63 000 „
	Nachfrage bleibt gleich, davon ungedeckt	7 000 „

Dieses stark schematisierte, aber deshalb keineswegs wirklichkeitsfremde Beispiel zeigt deutlich, wie durch Kombination der beiden Massnahmen die Nachfrage weitgehend befriedigt werden kann. Dass damit die Kapazität der Anbieter, insbesondere der Hotels usw. besser ausgenützt und so die Möglichkeiten für Preisermässigungen geboten wäre, sei hier lediglich am Rande wiederholt. Dieser Umstand kann in der Diskussion um die Ferienstaffelung u. E. nicht genug hervorgehoben werden.[46])

Selbstverständlich gibt es auch Gründe gegen die Verlängerung und Staffelung der Schulferien. Klima und gemeinsame Ferien von Bekannten und Verwandten in verschiedenen Städten stehen dabei im Vordergrund. Für die Förderung der Familienferien sind Ferienstaffelung und -verlängerung jedoch derart wichtige Massnahmen, dass auf die Dauer kaum darauf verzichtet werden kann.

[46]) Auch Niehsen F. (a. a. O., S. 258) sieht in der Ferienstaffelung die Voraussetzung für eine tarifarische Begünstigung der Familie.

Aehnliche Ueberlegungen gelten für die Ansetzung der Betriebsferien, wenn ganze Unternehmungen oder Industriezweige gleichzeitig während der Ferienzeit schliessen. Selbst die individuelle Ansetzung der Ferien für die einzelnen Arbeitnehmer kann u. U. noch nicht genügen, wenn nicht nach Möglichkeit verhindert wird, dass Alleinstehende und Ehepaare ohne schulpflichtige Kinder während der Zeit der Schulferien Ferienplätze belegen. Dem kann nur durch die Einräumung der Priorität für Familien mit schulpflichtigen Kindern bei der zeitlichen Ansetzung der Ferien entgegengetreten werden.

2. Reisesparen

Während es sich bei der Ferienstaffelung darum handelt, einen allfälligen Nachfrageüberhang abzutragen, geht es hier darum, die Ueberleitung des Bedarfes in Nachfrage durch entsprechende organisatorische Massnahmen zu erleichtern. Dies kann dadurch geschehen, dass der Familie die Möglichkeit geboten wird, die Deckung ihrer Auslagen, die für gemeinsame Ferien der Familie relativ hoch sein können, auf einen längern Zeitabschnitt, auf mehrere Zahltagsperioden, zu verteilen. Damit soll den Familien Gelegenheit geboten werden, die Ferienmittel zusammenzusparen.[47]) Grundsätzlich kommen dafür zwei Wege in Frage: Vorsparen und Abzahlen. Entweder wird die Möglichkeit geschaffen, dass die Familie von ihrem Einkommen regelmässig einen bestimmten Betrag zurücklegen kann, der dann grundsätzlich nur noch für Ferien und Reisen verwendet werden darf oder es wird ihr ein Kredit eingeräumt, der nach Beanspruchung ratenweise wieder abzutragen ist. Nach rationalen Ueberlegungen würde zwischen beiden Lösungen kein wesentlicher Unterschied bestehen. Und doch wird die Abzahlung mit Recht als grundsätzlich ungeeignet betrachtet, weil sie in die ungewisse Zukunft hineinreicht und bei Hinzutreten weiterer, unfreiwilliger Ausgaben zu einer erheblichen Belastung werden kann. Wir untersuchen deshalb lediglich, wie eine sinnvolle Vorfinanzierung aus eigenen Mitteln gestaltet werden kann.

Die Anforderungen, die an eine Feriensparkasse gestellt werden können, sind zur Hauptsache folgende:

— Zweckgebundenheit der zurückgelegten Gelder
— Einfaches Sparsystem
— Zahlreiche Einlagestellen

[47]) Hunziker W., Wesen und Probleme des Sozialtourismus a. a. O., S. 12.

— Sicherung möglichst regelmässiger Einlagen
— Verzinsung der Guthaben
— Freie Verwendung der Gelder im Rahmen der Zweckgebundenheit.

Die Zweckgebundenheit ist notwendig, damit die aufgesparten Mittel schlussendlich nicht dennoch einem andern Zweck zugeführt werden. Selbstverständlich soll und darf eine Klausel vorgesehen werden, welche dies in genau umschriebenen Fällen, insbesondere bei einer unfreiwilligen Notlage ausnahmsweise doch ermöglicht. Das einfache Sparsystem, zu dem auch die zahlreichen Einlagestellen gehören, ist notwendig, damit sich jedermann ohne grosse Umtriebe daran beteiligen kann. Mit der Sicherung regelmässiger Einlagen soll ein wirkliches Sparen angestrebt werden, das die einzelnen Rückzüge nicht unverhältnismässig stark fühlbar werden lässt. Regelmässige und gleichbleibende Abzüge vom Einkommen oder mindestens sofortige Einlagen am Zahltag scheinen dazu besonders geeignet. Durch die Verzinsung der Guthaben soll die Konkurrenz durch andere Sparmöglichkeiten ausgeschaltet werden. Dabei darf die Verzinsung ohne weiteres bei einem gewissen Betrag und nach einer bestimmten Dauer, z. B. nach zwei Jahren eingestellt werden. Die freie Verwendung der Gelder im Rahmen des vorgeschriebenen Zweckes ist erwünscht, damit sich die Einleger nicht schon bei der ersten Rücklage für ein bestimmtes Angebot entschliessen müssen. Eine derart starke Einschränkung müsste den Anreiz zum Sparen erheblich schwächen.

Die Schweizer Reisekasse kann als ausserordentlich gut gelungener Versuch zur Bildung einer Feriensparkasse bezeichnet werden. Ihre Ferieneinlagekasse erfüllt sozusagen alle oben gestellten Bedingungen. Die Zweckgebundenheit und die freie Verwendung der ersparten Gelder sind durch Schaffung eines besondern Zahlungsmittels gewährleistet. Der Sparer klebt die bei allen Postfilialen, bei zahlreichen Arbeitgebern, Arbeitnehmerverbänden, Detailhandelsgeschäften usw. erhältlichen Marken auf eine Art Reisecheck und kann diesen bei allen Bahnhöfen, in den meisten schweizerischen Hotels und Gasthöfen, in Ferienheimen und Jugendherbergen, den Ferienwohnungsbesitzern usw. als Zahlungsmittel verwenden. Einzig die Verzinsung der Einlagen und die Sicherung möglichst regelmässiger Einlagen ist nicht vorgesehen. Doch sind auch Massnahmen in dieser Richtung bereits getroffen. Sie sehen an Stelle des Zinses eine Verbilligung für regelmässige Einleger vor. Das gleiche Ziel wird teilweise erreicht werden durch verbilligte Ausgabe der Reisemarken unter gleichzeitiger Beschränkung der monatlichen Bezüge (wobei

die Höhe der Bezugsquote streng genommen nach der Grösse der Familien zu bemessen wäre).

Ueber den Erfolg der Schweizer Reisekasse auf dem Gebiete des Reise- und Feriensparens geben die folgenden Zahlen nachhaltigen Aufschluss:

Jahr	Verkauf von Reisemarken	Eigentl. Sparquote am Jahresende (Bestand d. Ferieneinlagenkasse)
1945	8 414 031 Fr.	3 175 680 Fr.
1950	15 087 497 Fr.	5 881 629 Fr.
1955	25 449 348 Fr.	10 951 196 Fr.

Aehnliche Institutionen wie die Schweizer Reisekasse bestehen auch in andern Ländern, so z. B. in Deutschland und Oesterreich. Daneben. seien auch die verschiedenen Feriensparkassen und Ferienkassen[48]) erwähnt, wie sie einzelne Berufsverbände und Unternehmungen errichtet haben. Diese haben zwar vielfach ein anderes Ziel, nämlich die «Durchführung und Sicherstellung der Ferienansprüche des Arbeiters».[49]) Sie dienen damit weniger dem eigentlichen Reisesparen als vielmehr der Gewährleistung bezahlter Ferien in Wirtschaftszweigen, in denen ein verhältnismässig häufiger Arbeitswechsel anzutreffen ist.

II. Werbung

1. Die Bedeutung der Werbung im Zusammenhang mit der Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus

Können wir durch Werbung irgendwelcher Art den Schutz der Familie überhaupt und auf dem Gebiete des Verkehrs und des Tourismus im besondern fördern? Wir dürfen diese Frage wohl ohne nähere Prüfung bejahen, wollen sie aber doch noch etwas näher untersuchen.

Als Werbung betrachten wir mit Lisowsky die «Beeinflussung, die die Menschen veranlasst, im Gefühl freier Entschliessung geistige

[48]) Schweingruber E., Die Feriengesetzgebung, ihr Stand und ihre künftige Gestaltung, in: Erholung und Arbeitskraft, Nr. 7 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1945, S. 45.

[49]) Reglement der Gewerblichen Ferienkasse Bern.

Inhalte in sich lebendig werden zu lassen und sie zu verwirklichen».[50]) Es handelt sich dabei offensichtlich meistens um eine Beeinflussung der bereits bei der Betrachtung des Bedarfes an Verkehrs- und Touristikleistungen erwähnten Gestaltungskräfte, welche der höchstpersönlichen Lebenssphäre, dem kulturellen Erbgut und der sozialen Umgebung entspringen. Mittels Werbung sollen diese Kräfte so beeinflusst werden, dass sich die Nachfrage in der vom Werbenden gewünschten Richtung lenkt.

Wir können im Zusammenhang mit unserem Thema hauptsächlich zwei Arten Werbung unterscheiden. Die eine bemüht sich um die Veränderung der den Kraftfeldern der sozialen Umgebung und des kulturellen Erbgutes entstammenden Spannungen. Die andere ist auf eine Beeinflussung aller der höchstpersönlichen Lebenssphäre entstammenden Gestaltungskräfte ausgerichtet. Die Werbung erfüllt jedoch auch ein «Informationsbedürfnis und gewährt dem Konsumenten einen Ueberblick über das Vorhandensein und die fortlaufenden Veränderungen der Verbrauchsgüter und Dienstleistungen.»[51])

Entsprechend den verschiedenartigen Motiven zum Schutze der Familie können wir bei der Werbung auch unterschiedliche Beweggründe erkennen. Die ethisch-sozialen und alle damit verwandten Gedanken bilden eine Gruppe; die rein wirtschaftlichen Absichten die andere. Die ethisch-sozial begründete Werbung wird sich in erster Linie an das Kollektiv, die wirtschaftliche Werbung zur Hauptsache an das Individuum und an die einzelne Familie richten.

2. Allgemeine Werbung für die Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus

Die allgemeine Werbung bezweckt vor allem die Schaffung der notwendigen Voraussetzungen zur Verwirklichung des Familienschutz-, gedankens in Verkehr und Tourismus und wendet sich an die breite Oeffentlichkeit, bzw. die durch sie gebildeten Körperschaften (Staat, Gemeinde), an Arbeitnehmer- und Arbeitgebervereinigungen, ferner an die Verkehrswirtschaft in weitestem Sinne. Wir können die allgemeine Werbung deshalb weitgehend mit der Meinungspflege[52]), public relations policy und mit der versteckten, indirekten Werbung[53]) identifizieren.

[50]) Lisowsky A., Wirtschaftswerbung, in Kaufmannspraxis, Leipzig 1939, S. 257.
[51]) Krapf K., Der touristische Konsum, a. a. O., S. 40.
[52]) Walther A., Einführung, a. a. O., 2. Band, S. 259.
[53]) Süss H., Die wichtigsten Grundfragen der Eisenbahnwerbung, Diss., Bern 1952, S. 10.

Die Werbung in der Oeffentlichkeit wird vor allem einmal grundsätzliches Verständnis für die Begehren und Wünsche des Familienschutzes zu schaffen versuchen. Sie soll die breite Masse und damit den demokratischen Staat mit den Problemen des Familienschutzes und den Motiven vertraut machen und zeigen, welche Möglichkeiten zur Verwirklichung vorhanden sind, welche Schwierigkeiten sich ergeben und wie diese zu überwinden oder zu umgehen sind.

Auf dem Gebiete des Verkehrs und des Tourismus wird die allgemeine Werbung für den Familienschutzgedanken vorerst die Schaffung des nötigen good-will zum Ziele haben. Ferner soll durch sie versucht werden, den Boden für die zum Schutze der Familie wünschenswerten rechtlichen Bestimmungen vorzubereiten. Dazu können neben einer allgemeinen Grundlage in der Form eines Verfassungsartikels insbesondere auch ausführlichere Vorschriften auf dem Gebiete des Transportrechts und des Preisschutzes gehören, ferner gesetzliche Grundlagen für die Ausrichtung staatlicher Unterstützungen an Unternehmungen der Verkehrswirtschaft zum Zwecke der Verwirklichung des Familienschutzes. Die allgemeine Werbung wird sich u. U. auch für eine familiengerechte Feriengesetzgebung und Ferienregelung einsetzen.

Die an die Arbeitgeber und deren Verbände gerichtete Werbung wird dagegen teilweise andere Ziele verfolgen. Sie hat insbesondere die Schaffung geeigneter Voraussetzungen für eine soziale Siedlungspolitik und für Familienferien bei den einzelnen Unternehmungen und in den betreffenden Wirtschaftszweigen zum Ziel. Durch Werbung sollen die Unternehmer vom Wert der entsprechenden Massnahmen für die Hebung der Produktivität der Arbeit aller im Erwerbsleben stehenden Familienglieder überzeugt werden. Ferner soll direkt für die Durchführung solcher Massnahmen geworben werden, z. B. für die Ausrichtung von Siedlungszulagen und zweckgebundenen Ferienzulagen nach Massgabe der Grösse der Familie, für die Schaffung von unternehmungseigenen Familien-Beherbergungsstätten, für die Einrichtung von Feriensparkassen und Ferienberatungsstellen in den grössern Unternehmungen sowie für die Propagierung der Familienferien durch die Unternehmung selbst. Die an die Arbeitgeberverbände und ganze Wirtschaftszweige gerichtete Werbung wird vor allem die Schaffung einheitlicher Grundlagen mittels privatrechtlicher Vereinbarungen anstreben. Das Ziel ist eine einheitliche Lohnpolitik (u. a. Siedlungs- und Ferienzulagen), einheitliche Ferienregelung sowie eine geeignete Ferienstaffelung. Daneben sollen auch die Verbände selbst angeregt werden, bei ihren Mitgliedern für die Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus einzutreten und den günstigen Einfluss auf die Produktivität darzulegen.

Die an das Individuum, an die einzelne Familie gerichtete allgemeine Werbung wird durch eine objektiv neutrale Unterrichtung die Vorteile des gesunden Wohnens sowie der Familienausflüge und Familienferien darstellen. Sie wird zeigen, dass beispielsweise gemeinsame Ausflüge und Ferien nicht nur von grossem Wert für Körper und Geist sind, sondern dass darin auch ein zweckmässiges Mittel zur Pflege des Familienlebens liegt und dass Reisen jeder Art für die geistige Entwicklung der Kinder von grossem Vorteil sind.

Schliesslich hätten wir noch die allgemeine Werbung in den Kreisen der Verkehrswirtschaft zu nennen. Sie wird zum Ziele haben, die Transportunternehmungen und die Hoteliers auf die durch die Begünstigung der Familie entstehenden wirtschaftlichen Möglichkeiten aufmerksam zu machen und sie ganz allgemein für die Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus zu interessieren. Daneben kann mit dieser allgemeinen Werbung aber auch die Lösung konkreter Einzelfragen propagiert werden, z. B. die Schaffung familiengerechter Angebote durch Einrichten von Spielplätzen usw. Dies alles sind im Grunde genommen Angelegenheiten, welche im Interesse der Unternehmung selbst liegen. Aber — wir greifen hier nochmals auf Sinn und Bedeutung der Werbung zurück — es ist ja u. a. Aufgabe der richtig verstandenen und guten Werbung, den Adressaten auf seine eigenen Vorteile aufmerksam zu machen.

Aehnliche Ziele wird jene allgemeine Werbung verfolgen, die sich an die Verbände der Verkehrswirtschaft, an die Vereinigungen der Transportunternehmungen, die Hoteliers, an die Verkehrsvereine usw. richtet. Sie geht vor allem darauf aus, die Verbände einmal für die Unterstützung der an die einzelnen Unternehmungen direkt gerichteten Werbung zu gewinnen. Ferner soll sie, ähnlich wie bei den Arbeitgebern, für die allgemeine Einführung von die Familie begünstigenden Preisabreden eintreten.

3. Spezielle Werbung

Wir verstehen hier unter spezieller Werbung, sozusagen als Parallele zu der bereits betrachteten allgemeinen Werbung, jenen andern Teil, den Süss[54]) mit andern Verfassern als Wirtschaftswerbung bezeichnet. Ihr Endzweck liegt in der Erhaltung oder Erhöhung der Rentabilität der Unternehmung. Sie ist «eine zeitlos wirksame Funktion des tätigen Strebens nach opimaler Leistung und Geltung»[55])

[54]) Süss H., a. a. O., S. 13.

[55]) Skowronnek K., Das ökonomische Prinzip in der Fremdenverkehrswerbung, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr. 2/1949 S. 107.

der Unternehmung. Wir können deshalb leicht erkennen, dass Wirtschaftswerbung im Zusammenhang mit der Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus von den Unternehmungen dieser Wirtschaftszweige getrieben wird. Sie ist eine direkte Folge des betriebswirtschaftlich motivierten Familienschutzes.

Die Werbung der Transportunternehmungen hat vorerst auf die zwei grundverschiedenen Käuferschichten, die Muss- und die Kann-Reisenden Rücksicht zu nehmen und sich nach ihnen und den dazwischen liegenden Abstufungen auszurichten. Sie wird sich insbesondere an den letzten Kunden, d. h. an die Familie oder einzelne Glieder derselben wenden, um sie von den besondern Vorteilen, welche die Transportunternehmungen ihnen zu bieten vermögen, zu überzeugen. Dabei werden die einzelnen Beförderungsmittel, Eisenbahn, Schiff, Tram, Autobus usw. selbstverständlich auch die ihnen eigenen Vorteile in den Vordergrund stellen. Dies hat jedoch mit dem Schutz der Familie nichts mehr zu tun. Wir wollen deshalb jenen Teil der Werbung weglassen und lediglich festzustellen versuchen, welche besondern, die Familien als solche ansprechenden Werbemassnahmen die Transportunternehmungen treffen können.

Im Muss-Verkehr, insbesondere bei den regelmässigen Fahrten zur Arbeit und zur Schule, scheinen Werbemassnahmen vorerst eigentlich überflüssig und mit dem Zwangscharakter dieser Fahrten unvereinbar zu sein. Da wir aber in einem vorangehenden Abschnitt festgestellt haben, dass die Transportunternehmungen ein Interesse daran haben, auch diesen Verkehr im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten zu fördern (Fahrten über längere Strecken), so müssen wir zwangsläufig annehmen, dass jene Bestrebungen durch Werbemassnahmen unterstützt werden können. Die Preisermässigung allein genügt sozusagen nie. Sie muss durch geeignete Werbemassnahmen ergänzt werden.

So erst erhält der Kunde Kenntnis von dem ihm gebotenen Vorteil. Durch die Werbung wird er aufgefordert, den Vorteil auszunützen. «Wohnen Sie mit Ihrer Familie draussen vor der Stadt!» Auch ein solcher Slogan kann in der Richtung eines Familienschutzes im weitesten Sinne wirken, obwohl er auf ein ursprünglich rein rationales Motiv zurückzuführen ist. «Je mehr Kinder einer Familie das Schülerabonnement beziehen, desto billiger erhalten Sie es!» Damit kann dem Familienvater eine besondere Ermässigung auf Schülerabonnementen für kinderreiche Familien zur Kenntnis gebracht und vielleicht sogar erklärt werden, dass es ihm möglich ist, allen seinen Kindern eine Ausbildung zu geben, welche ohne Benützung der öffentlichen Verkehrsmittel nicht möglich wäre.

Noch grössere Bedeutung hat die Werbung allerdings beim Kann-

Reisenden. «Sie ist das wichtigste und unmittelbarste Element der Fremdenverkehrsförderung».[56]) Wir haben bereits angedeutet, dass der niedrige Preis allein meistens nicht genügt, um die Nachfrage zu wecken. Der blosse Preis ist ein passives, träges Element, das sich nicht von selbst zum Reisenden begibt. Er muss an ihn herangetragen, aktiviert, belebt werden. Erst durch Propaganda kann normalerweise der Mehrumsatz gewonnen werden, welcher nötig ist, um die mit der Preisermässigung verbundenen Einnahmenausfälle wettzumachen. Neben dem Hinweis auf den niedrigen Preis wird die Werbung selbstverständlich noch andere Bestandteile aufweisen. Sie wird insbesondere direkt oder indirekt auf den innern Wert von gemeinsamen Reisen der Familie aufmerksam machen und natürlich auch den Genuss der Reise überhaupt in den Vordergrund rücken.

Aehnliche Ueberlegungen gelten in bezug auf die wirtschaftliche Werbung der Beherbergungsunternehmung. Auch sie kann ihre Leistungen selbst bei niedrigsten Preisen nur dann verkaufen, wenn diese bekannt sind. Auch die Hotelunternehmung wird dabei nicht nur auf die vorteilhaften, besonders auf die Bedürfnisse der Familie zugeschnittenen Preise aufmerksam machen. Sie wird neben den üblichen Argumenten für Ferien im Hotel auf besonders für die Familie erbrachte Leistungen hinweisen, die Einrichtungen für Kinder, die vielleicht besonders gepflegte «Familien-Ambiance» des Hauses usw. hervorheben und damit zu gemeinsamen Familienferien anregen.

Schliesslich wollen wir noch die gemeinsame Werbung aller am Verkehr oder Fremdenverkehr interessierten Wirtschaftszweige eines Gebietes oder eines Landes nennen, die ebenfalls aus wirtschaftlichen Ueberlegungen erfolgt. Auch sie kann sich im Sinne einer partiellen Verwirklichung des Familienschutzgedankens in diesen Wirtschaftszweigen auswirken. Ihr kommt vor allem die Aufgabe zu, die individuelle Werbung der einzelnen Unternehmungen zu unterstützen und zu ergänzen.

4. Durchführung der Werbung

a) Die Träger

Bevor wir uns den Werbemitteln usw. zuwenden, wollen wir die verschiedenen möglichen Träger der Werbung und die ihnen zukommenden Aufgaben festhalten. Als Träger der Werbung für den Schutz der Familie in Verkehr und Tourismus kommen grundsätzlich alle daran interessierten Kollektivgebilde und Einzelpersonen bzw. -un-

[56]) Hunziker W. und Krapf K., Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre, Zürich 1942, S. 383.

ternehmungen in Frage. Die wichtigsten darunter haben wir bereits genannt: Staat und andere öffentliche Körperschaften, Familienschutzvereinigungen, Arbeitgeber und deren Verbände, Gewerkschaften, Transportunternehmungen und Beherbergungsunternehmungen sowie Zusammenschlüsse derselben.

Der Staat und ihm nachgeordnete Körperschaften werden sich in der Praxis selten direkt mit der Werbung befassen. Obwohl auch dies denkbar und unter Umständen sogar angebracht sein kann, wird sich die öffentliche Hand meistens indirekt, durch mehr oder weniger weit gehende Finanzierung der Werbung anderer interessierter Stellen einschalten. Wir denken dabei insbesondere auch an allfällig bestehende halbstaatliche Fremdenverkehrs-Werbeorganisationen und an die Familienschutzvereinigungen. Es handelt sich bei allen diesen Möglichkeiten offensichtlich um Interventionen der bereits früher erwähnten Art. Sie können ausser mit den verschiedenen Familienschutzmotiven auch wirtschaftspolitisch und mit der beschränkten Finanzkraft einzelner Fremdenverkehrsinstitutionen begründet werden.[57])

Den Arbeitgebern und deren Verbänden, den Gewerkschaften und auch den Familienschutzverbänden kommt u. E. im Rahmen der Durchführung der Werbung eine besonders grosse Aufgabe zu. Obwohl ihre Mittel teilweise beschränkt sind und zudem für mannigfaltige andere Zwecke verwendet werden müssen, sollte doch ein gewisser Anteil für Familienschutzwerbung und innerhalb derselben hauptsächlich für Propaganda zu Gunsten des praktischen Familienschutzes abgezweigt werden können. Dies vor allem darum, weil die genannten Organisationen besonders gut in der Lage sind, die Familien mit ihrer Werbung sicher zu erreichen, aber auch deshalb, weil sie selbst an der Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus interessiert sind.

Schliesslich haben die Transportunternehmungen, Hotels usw. als Träger der wirtschaftlichen Werbung ebenfalls eine sehr grosse Bedeutung.

b) Die Werbemittel

Die Fülle der heute zur Verfügung stehenden und tatsächlich gebrauchten Werbemittel geht beinahe ins Unermessliche. Wir haben uns lediglich zu fragen, welche sich für die hier in Betracht kommenden besondern Zwecke am besten eignen. Grundsätzlich kann wohl gesagt werden, dass jedes offene Werbemittel verwendbar ist.

[57]) Roth P., Die Intervention des Bundes auf dem Gebiete der Fremdenverkehrswerbung, Diss., Bern 1945, S. 64.

Für die allgemeine Werbung der Familienschutzvereinigungen kommt insbesondere die Presse in Frage. Sie ist ein sehr mächtiges Instrument zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung.[58]) Durch sie kann die breite Oeffentlichkeit mit den Problemen vertraut gemacht und das Interesse an den Familienschutzfragen in Verkehr und Tourismus geweckt werden. Dadurch wird eine meistens sicher gute Grundlage für jede weitere Werbung geschaffen, wenigstens wenn wir voraussetzen, dass auf diesem Wege nur grundsätzlich positive Meldungen in die Oeffentlichkeit gelangen. Hinweise auf vielleicht noch ungenügende Einrichtungen, nicht familiengerechte Preise usw. können kaum als Werbung bezeichnet werden und wirken sich vielfach eher negativ aus. Ferner werden sich die Familienschutzvereinigungen insbesondere auch des Zirkulars und des Werbebriefes bedienen, wenn sie an Arbeitgeber, Transportunternehmungen, Hotels und deren Verbände gelangen wollen.

Die Arbeitgeber und Gewerkschaften werden für die Werbung zur Verwirklichung des Familienschutzes in Verkehr und Tourismus dagegen teilweise andere Mittel verwenden. Neben der ihnen zur Verfügung stehenden Presse erhält hier das Plakat eine gewisse Bedeutung. Mit ihm können die im Erwerbsleben stehenden Familienglieder an passenden Stellen (Fabrikeingänge usw.) auf den Wert von gemeinsamen Familienausflügen und -ferien aufmerksam gemacht und dazu angeregt werden.

Die Verkehrswirtschaft ihrerseits kann die Werbemittel je nach dem zu erreichenden Ziel bzw. nach der in Frage kommenden Käuferschicht auswählen. Für Fahrten zur Arbeit wird insbesondere das Plakat und der Prospekt, aber auch das Inserat in Arbeitnehmerzeitungen in Frage kommen. Ueber Vergünstigungen auf Schülerabonnementen können Flugblätter unterrichten, die beispielsweise den Lehrern zur Abgabe an in Frage kommende Eltern überlassen werden. Bei der Werbung für Ausflugsfahrten der Familie dagegen sind wieder Plakat, Inserat und Prospekt, aber auch Schaufenster und Flugblatt vorzuziehen. Dasselbe gilt in bezug auf die Ferienreisen. Die genannten Werbemittel haben alle eine verhältnismässig grosse Streuwirkung und können bei besondern Gelegenheiten durch spezielle Mittel, wie Film und Lichtreklame ergänzt werden.

Schliesslich ist bei der Bestimmung der Werbemittel eine gewisse Planung notwendig. Die Arbeit der verschiedenen Träger der Werbung sollte soweit wie möglich koordiniert und zweckmässig verteilt werden. Dies kann wohl am ehesten im Schosse von gemischten Zusammenschlüssen geschehen, wie wir sie bereits früher erwähnt haben.

[58]) Süss H., a. a. O., S. 121.

c) Die zeitliche Festsetzung des Werbemitteleinsatzes

Neben der sachlichen Gliederung der Werbung muss eine zweckmässige zeitliche Gruppierung erfolgen. Die zeitliche Festsetzung des Einsatzes der verschiedenen Werbemittel hängt stark vom angestrebten Ziel ab. Die allgemeine Werbung ist nur zum Teil an einen bestimmten Zeitpunkt gebunden. Dies trifft insbesondere für die Werbung in der Oeffentlichkeit zu, deren Interesse für den Familienschutz andauernd wachgehalten werden sollte. Demgegenüber scheint ein gewisser Rhythmus in der allgemeinen Werbung bei Arbeitgebern und bei den Verkehrs- und Touristikunternehmungen eher gegeben. Der hier zur Diskussion stehende Zweig der allgemeinen Werbung ist ja hauptsächlich darauf ausgerichtet, den Boden für familiengerechte Ferienbestimmungen usw. in der gesamten Wirtschaft einerseits und für Preisermässigungen usw. in der Verkehrswirtschaft anderseits zu ebnen. Deshalb muss die entsprechende Werbung dermassen früh einsetzen, dass die Verwirklichung der Massnahmen, wenn sie einmal beschlossen sind, möglichst bald erfolgt. Es ist darauf Rücksicht zu nehmen, dass die anzusprechenden Personen in einem Moment erreicht werden, da sie in der Lage sind, derartige Entschlüsse zu fällen.

Die Werbung der Verkehrswirtschaft anderseits wird insbesondere einige Zeit vor dem Zeitpunkt einsetzen, in dem sich ein Bedarf geltend zu machen beginnt. Für Fahrten zur Arbeit und zur Schule ergeben sich dabei kaum bestimmte Termine oder Perioden. Immerhin können sich durch Umzugstermine, Zeiten der Entscheidung über Berufswahl, Uebertritte in eine höhere Schule usw. gewisse Kristallisationspunkte ergeben, an denen eine verstärkte Werbung angezeigt erscheint. Die Propaganda im Kann-Reiseverkehr schliesslich ist ziemlich genau an den Saisonablauf gebunden. Sie wird so rechtzeitig einsetzen, dass sie dem Anwachsen des Bedürfnisses nach Ausflügen oder Ferien immer etwas vorauseilt und damit den Umwandlungsprozess in Nachfrage zu beschleunigen und zu verstärken vermag. Dort wo es gilt, ein Bedürfnis erst zu wecken, muss die Werbung rechtzeitig vor dem gewünschten Zeitpunkt des Erwachens einsetzen; sehr früh, wenn das Bedürfnis tief schlummert, knapp vorher, wenn man erwarten darf, dass es beim leisesten Weckruf aufwacht.

d) Finanzierung

Die Finanzierung einer Werbung in so ausgedehntem Masse, wie wir sie besprochen haben, dürfte das schwierigste Problem sein. Wir haben bereits darauf hingewiesen, dass der Staat allenfalls einen Teil der allgemeinen Werbekosten tragen kann, indem er den Familienschutzvereinigungen, halbstaatlichen Werbeorganisationen, Gewerk-

schaften, Arbeitgeberverbänden usw. in beschränktem Umfange Mittel zukommen lässt, mit der Auflage, sie zur Werbung für die Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus, insbesondere zur Verbreitung des Gedankengutes über den Wert von gemeinsamen Familienferien und einer gesunden, familiengerechten Siedlungspolitik, einzusetzen. Daneben werden die übrigen möglichen Träger der Werbung ihren Zielen entsprechend noch eigene Mittel bereitstellen, nach Massgabe des Interesses, das sie an der ganzen Frage haben. Die Träger der Wirtschaftswerbung schliesslich werden einen Teil ihrer gesamten Werbeausgaben für die Werbung in Familienkreisen abzweigen und auf diese Art die ihnen erwachsenden Ausgaben bestreiten.

III. Beratung

1. Ziel und Bedeutung der Beratung

Es genügt vielfach nicht, in den Familien Bedürfnisse nach Verkehrs- und Touristikleistungen zu wecken, ihnen den Wert der gemeinsamen Familienferien oder des Wohnens ausserhalb der Stadt darzulegen oder die Bildung aktueller Nachfrage durch irgendwelche andere Massnahmen zu fördern. Es muss gleichzeitig dafür gesorgt werden, diese Bewegungen in der erwünschten, zweckmässigen Richtung zu lenken, so dass die Familie wirklich in den Genuss jener Dinge kommt, welche ihrem Wesen entsprechen und die den Forderungen des Familienschutzes Genüge zu leisten vermögen. Wohl kann hier mit einer gut durchdachten Werbung bereits viel erreicht werden. Aber Irrtümer, Lücken lassen sich kaum vermeiden.

Diese Lücken zu schliessen ist Aufgabe der Beratung. Man kann sie teilweise als Ergänzung der Werbung betrachten. Teilweise geht sie aber auch weiter. Sie sucht auch Bedürfnisse in die richtigen Bahnen zu lenken, welche ohne Werbung entstanden sind. Das Ziel der Beratung ist, zu helfen, Möglichkeiten zu suchen, Zweifel zu beseitigen. Durch Beratung soll den Familien gezeigt werden, wie sie ihre Bedürfnisse auf zweckmässige Art befriedigen können. Dabei wird es sich zur Hauptsache darum handeln, das Einkommen als feste Grösse zu berücksichtigen und die beiden andern Funktionen der Nachfrage — Bedarf und Preis — miteinander ins Gleichgewicht zu bringen, d. h. durch geeignete Hinweise auf verhältnismässig vorteilhafte Angebote die Möglichkeiten einer optimalen Bedürfnisbefriedigung aufzuzeigen. Es ist deshalb oft zweckmässig, dem Beratungs-

dienst einen Vermittlungsdienst anzugliedern, welcher der Familie die nachgefragten Leistungen sogleich zuführen kann und sie damit weitern Sorgen enthebt. Die Beratung wird so zur eigentlichen Grundlage der Selbsthilfe, bei der die Familie selbst Trägerin ihres Schutzes ist.[59])

Die Beratung wird vor allem von den weniger bemittelten und den weniger beweglichen, reiseungewohnten Bevölkerungsschichten in Anspruch genommen werden müssen. Diese bilden immer noch einen ansehnlichen Teil der Gesamtbevölkerung. Daraus ergibt sich die grosse Bedeutung eines gut ausgebauten und objektiven Beratungsdienstes.

Neben dieser der Familie direkt helfenden Beratung haben die Arbeitgeber im allgemeinen und die Unternehmungen der Verkehrswirtschaft im besondern den fachmännischen Beistand bei der Verwirklichung der von ihnen geplanten Familienschutzmassnahmen nötig. Hier geht es darum, ein Optimum an Wirkung zu Gunsten der Familie zu erzielen, d. h. mit wirtschaftlich tragbarem Aufwand ein Maximum an familienfreundlichen Massnahmen zu verwirklichen.

2. Durchführung der Beratung

Wir haben bereits festgestellt, dass die Beratung besonders für die weniger bemittelten Bevölkerungsschichten, also für grosse Teile der Arbeitnehmer von Bedeutung ist. Der Beratungsdienst muss deshalb in der Weise organisiert werden, dass er vor allem, aber nicht ausschliesslich diesen Bevölkerungsschichten zur Verfügung steht. Die Anforderungen, welche wir an ihn zu stellen haben, sind recht grosse:

— Genaue Kenntnisse über Bedarf, Nachfrage und Angebot
— Möglichst leichte Erreichbarkeit in zeitlicher und örtlicher Beziehung
— Grösste Objektivität, bei gleichzeitig bestmöglicher Wahrnehmung der subjektiven Interesssen der Familien.

Die Erfüllung aller dieser Wünsche würde wohl meistens eine ziemlich ausgedehnte Organisation bedingen. Ein Teil der Aufgaben müsste einer Zentralstelle überbunden werden, ein Teil den zahlreichen zu schaffenden Aussenstellen. Die Vermittlung der Kenntnisse über die verschiedenen Angebote, die Beurteilung ihrer Zweckmässigkeit zur Deckung der Nachfrage usw. kann nur von gut ausgebildetem und spezialisiertem Personal erwartet werden. Zur Ermittlung der Grundlagen braucht es nur verhältnismässig wenige Spezia-

[59]) Rickenbach W., Wesensgrundsätze, a. a. O., S. 110.

listen, welche die Uebersicht über ein grösseres Gebiet haben. Dies bedeutet, dass die Sammlung der Angebote zweckmässigerweise von der Zentrale vorgenommen wird. Diese leitet das gewonnene Material an die einzelnen Beratungsstellen weiter, von denen sich in jeder grössern Ortschaft, ja in jeder grössern Unternehmung je eine befinden sollte. Die Aussenstellen sollen besonders für mündliche, aber auch für schriftliche Beratung eingerichtet sein. Sie können u. U. vorteilhaft mit lokalen Fürsorgestellen verschiedenster Art verbunden werden. In bestimmten Fällen lässt sich auch eine Unterbringung in offiziellen Verkehrsbüros, bei der kommunalen Verwaltung usw. denken. Soweit in einzelnen Unternehmungen eigene Fürsorgestellen eingerichtet sind, ist die Angliederung der Beratungsstelle an dieselben sicher eine zweckmässige Lösung.

Die Verbindung mit Fürsorgestellen und ähnlichen Einrichtungen scheint uns vor allem deshalb gegeben, weil damit ganz besonders die irgendwie durch finanzielle Schwierigkeiten oder soziale Spannungen bedrohten Familien erreicht und auf allfällige Vorteile aufmerksam gemacht werden können, die ihnen in Verkehr und Tourismus zur Verfügung stehen.

Die technische Durchführung der Einzelberatung kann sich auf verhältnismässig wenige Mittel beschränken, weil sie, wenn immer möglich, mündlich und in persönlicher Unterredung erfolgen soll. Dazu ist ein geeigneter, ruhiger Raum notwendig, in dem die Besprechung stattfinden und in dem die für die Beratung notwendigen Unterlagen aufbewahrt werden. Für die nicht immer zu vermeidende schriftliche Beratung ist, besonders wenn sie an Umfang zunimmt, möglichst gut vorbereitetes Material (Preislisten, Kostenvergleiche usw.) notwendig, damit die Antworten rasch und rationell erteilt werden können.

Die Finanzierung der Beratung der einzelnen Familien wird verschieden erfolgen müssen, je nachdem es sich um eine Zentral- oder Aussenstelle handelt. Die letztern werfen wohl vielfach weniger grosse Probleme auf, weil ihr Wirkungskreis und damit auch ihre Nützlichkeit, sich auf einen verhältnismässig engen Raum beschränkt, in dem auch die an der Durchführung der Beratung direkt und indirekt Interessierten zu finden sind: Gemeinden, Unternehmungen, lokale Familienschutzverbände. Sie können denn auch ohne weiteres für die Bereitstellung der notwendigen Gelder herangezogen werden. Die Zentralstelle anderseits kann durch Beiträge des Staates, der Wirtschaftsverbände, Familienschutzvereinigungen und der Verkehrswirtschaft finanziert werden.

Die Beratung der Unternehmungen wird meistens durch Erstellen von individuellen Gutachten erfolgen. Dafür sind eine beschränkte

Anzahl Spezialisten notwendig, welche die Bedürfnisse der Familie einerseits und die wirtschaftlichen Möglichkeiten der Unternehmung anderseits genau zu analysieren vermögen. Die Kosten dieser Beratung werden soweit wie möglich durch allgemeine Mittel (Beiträge des Staates, der Wirtschaftsverbände usw.) und durch die direkt interessierten Unternehmungen zu bestreiten sein.

Als praktisches Beispiel einer vortefflichen Beratungsstelle kann jene der Zürcher Arbeitsgemeinschaft zur Förderung der Ferienverbringung angeführt werden. Die Beratung erstreckt sich auf die Ferienverbringung (zu Hause und auswärts), auf Ferienstätten und das Ferienbudget. Sie ist sowohl den Einzelnen wie den Familien und Gruppen (Belegschaften, Berufsverbände) ohne Rücksicht auf Einkommen usw. zugänglich.

IV. Marktforschung

1. Marktforschung und Schutz der Familie

Kann die moderne Marktforschung in den Dienst des Familienschutzgedankens gestellt werden? Kann sie insbesondere bei dessen Verwirklichung in Verkehr und Tourismus nutzbringend angewendet werden? Bevor wir diese Frage zu beantworten versuchen, wollen wir festhalten, was unter Marktforschung zu verstehen ist. Schäfer[60]) sieht in ihr eines der Mittel, um den Zusammenklang zwischen Produktion und Bedarf möglichst vorteilhaft zu gestalten und definiert sie als «Erkundung der äussern oder herkunftsgebundenen Kostenbedingungen und der äussern oder hinkunftsgebundenen Ertragsbedingungen der Unternehmung.» Damit meint er ausschliesslich die betriebswirtschaftliche Marktforschung, jene der Unternehmung. Wir können aber leicht erkennen, dass dieselben Kriterien sinngemäss auch auf die Volkswirtschaft oder bestimmte Teile derselben angewendet werden können. Wir wollen diese Marktforschung als «allgemeine» bezeichnen, im Gegensatz zur betriebswirtschaftlichen. Damit ergibt sich folgendes Schema:

Marktforschung
(im Dienste des Familienschutzes in Verkehr und Tourismus)

Allgemeine Marktforschung		Betriebswirtschaftliche Marktforschung
Nachfrage	Angebot	Nachfrage

[60]) Schäfer E., Grundlagen der Marktforschung, 3. Auflage, Köln 1953, S. 6.

Der Zweck der Marktforschung im Dienst des Familienschutzes — wir denken im folgenden nur an diesen Zweig der Marktforschung — wird nun sein, Angebot und Nachfrage in Verkehr und Tourismus zu erkunden und deren Bedeutung für die Familien einerseits und für die Wirtschaft anderseits abzuklären und zu beobachten. Dabei darf die Marktforschung offensichtlich nicht Selbstzweck bleiben. Ihr Ziel muss sein, die Bedingungen für eine optimale Bedarfsdeckung der Familie nach den Forderungen des Familienschutzes und im Rahmen der wirtschaftlichen Gegebenheiten zu ergründen.

2. Ziel und Bedeutung der Marktforschung

Die Marktforschung soll grundsätzlich jene fundamentalen Kenntnisse vermitteln, die zu Entscheidungen aller Art notwendig sind. Sie soll letzten Endes dem nachfragenden Wirtchaftssubjekt zeigen, wo es seine Nachfrage decken kann oder wo allenfalls eine geeignete Substitutionsmöglichkeit besteht. Ferner soll sie Auskunft geben über Art, Menge und Preise der in Frage kommenden Angebote. Dem Anbieter anderseits soll die Marktforschung insbesondere einen Ueberblick über die Art und die Struktur der Nachfrage geben, damit er sein Angebot, soweit möglich, diesen Gegebenheiten anpasst oder versucht, durch geeignete Beeinflussung der Nachfrager deren Aufmerksamkeit und Wünsche in der Richtung auf seine Dienstleistungen und Produkte zu lenken. Die hier zu behandelnde Marktforschung wird also insbesondere die Unterlagen für die Beratung der Familien, für die allgemeine und spezielle Werbung und für die Gestaltung von Form und Preis der Angebote der Verkehrswirtschaft vermitteln.

Die Bedeutung der Marktforschung wurde in Europa lange Zeit unterschätzt, während sie jenseits des Atlantiks seit langem hoch entwickelt ist. Für Verkehr und Tourismus trifft dies zum Teil heute noch zu. Und doch sind derartige Untersuchungen und Beobachtungen gerade in diesen beiden Wirtschaftszweigen äusserst wichtig, geben doch erst sie genaue Unterlagen über Gewohnheiten und Meinungen der Konsumenten ab.[61])

[61]) Bernhard A., Market Research in Tourism-The American Travel Pattern, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr. 3/1949, S. 121.

3. Allgemeine Marktforschung

Die allgemeine Marktforschung steht, wir haben es bereits gesagt, im Dienste des Ganzen. Sie kann als die eigentliche Marktforschung im Dienste des Familienschutzes betrachtet werden. Sie ist das Mittel, mit dem die Möglichkeiten zur Verwirklichung des Familienschutzgedankens abgetastet werden. Dieses Abtasten hat sich auf drei Gebiete zu erstrecken: Bedarf, Nachfrage und Angebot sowie die dahinter stehenden Tatsachen. Ziel ist eine genaue Erforschung des Lebensstandards und dessen Grundlagen.[62])

Die genaue Erforschung des Bedarfes hat einen doppelten Zweck. Sie soll einerseits die Begründung des Familienschutzes in Verkehr und Tourismus sachlich untermauern. Sind besondere Familienschutzmassnahmen hier überhaupt notwendig? Welche? Es scheint auf den ersten Blick fast überflüssig, sich diese Frage zu stellen. Tatsächlich trifft dies für verschiedene Massnahmen, die wir bereits besprochen haben, weitgehend, wenn auch nie ganz zu. Gewiss können wir zahlreiche Fragen sozusagen aus dem Stegreif beantworten oder wir glauben wenigstens, es tun zu dürfen. Die Marktforschung will nun aber noch weiter gehen; sie will sichere Unterlagen verschaffen. Der Marktforscher muss sich immer wieder fragen: «Wieviel wissen wir exakt? Wie vieles ist eigene Erfahrung? Wieviel wissen wir vom Hörensagen? Wie vieles ist zweifelhaft? Worüber wissen wir überhaupt noch nichts? Welches sind eitle Wünsche und Hoffnungen?»[63]) Diese Fragen dürfen, ja müssen ganz besonders in bezug auf den Bedarf gestellt werden, wo man so leicht geneigt ist, sein persönliches Werturteil zu verallgemeinern.

Bei näherer Betrachtung stellen wir fest, dass die Bedarfserforschung sich wie die gesamte Marktforschung in zwei Teile gliedert: Bedarfsanalyse und Bedarfsbeobachtung. Die Bedarfsanalyse ist die in einem bestimmten Zeitpunkt vorgenommene Erkundung der Struktur und der Elemente des Bedarfes der Familie und der dahinter stehenden Tatsachen. Damit soll abgeklärt werden, wie gross der Bedarf ist, nach welchen Leistungen die Familie ein Verlangen hat und wovon dieses abhängt.[64]) Die Bedarfsanalyse stellt sozusagen die Blitzlichtaufnahme eines ganz bestimmten Querschnittes durch die

[62]) Woodbury R. M., Méthodes d'enquête sur les conditions de vie des familles, Genève 1941, S. 9.

[63]) Kaufmann P., Marktforschung, in Schweizerisches Handbuch der Absatzförderung und Werbung, Thalwil-Zürich 1946, S. 77.

[64]) Paoletti H., Des habitudes et des goûts du public en matière des loisirs, de tourisme, de vacances, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr. 2/1947, S. 51. Er stellt beispielsweise folgende interessante Frage: «Y a-t-il des rapports entre le métier qu'on exerce et le genre de repos qu'on recherche?»

sich im Fluss befindlichen, dauernd verändernden Bedürfnisse der Familie dar.

Die Bedarfbeobachtung ihrerseits kann als Längsschnitt bezeichnet werden. Mit ihr soll die Entwicklung des Bedarfes in der Zeit erfasst und ergründet werden. Sie stellt demnach eine Kette von Bedarfsanalysen dar, von der die Bewegungen abgelesen werden können. Gleichzeitig soll die Frage nach den Funktionen, Abhängigkeiten dieser Bewegungen beantwortet werden. Wir erinnern uns hier, dass wir bereits einige solcher Aussagen gemacht haben. Sie können aber nur als Fragmente einer genauen, alles durchdringenden Beobachtung bezeichnet werden. Nicht nur die äussern, materiellen Erscheinungen sind in ihren Auswirkungen zu beobachten. Die innern Umstände spielen eine ebenso grosse Rolle. Wir geben zu, dass diese nicht leicht zu erfassen sind. Aber gerade das ist ein stichhaltiges Argument für eine gut ausgebaute Marktforschung.

Die Erforschung der Nachfrage hat die Vermittlung von genauen Kenntnissen über Art und Umfang der tätsächlichen Nachfrage sowie der Bedeutung der Funktionen derselben zum Ziele. Auch sie wird deshalb zweckmässigerweise in Nachfrageanalyse und Nachfragebeobachtung gegliedert. Aufgebaut wird mit Vorteil auf den Ergebnissen der Bedarfsforschung. Diese dienen als Fundament. Einkommen und Preise sind weitere Bausteine. In der Analyse wird festgestellt, welche Grösse und Formen die Nachfrage im gewählten Zeitpunkt annimmt, bei einer bestimmten Grösse von Einkommen und Preis. Durch Beobachtung, Vergleich mehrerer, zeitlich gestaffelter Nachfrageuntersuchungen werden die Veränderungen abgeklärt. Daraus kann dann, allenfalls durch weitere Erhebungen, der Grund dieser Bewegungen und eine allfällige Gesetzmässigkeit abgelesen werden.

Während Bedarfs- und Nachfrageerkundung weitgehend dazu bestimmt sind, die Angebotsseite irgendwie zu beeinflussen oder ihr doch Mittel und Wege zur zweckmässigen Gestaltung des Angebotes und zu familiengerechtem Preisgebahren zu zeigen, hat die Angebotsforschung ein anderes Ziel. Sie soll einerseits das vorhandene Angebot in einem bestimmten Zeitpunkt feststellen und gliedern. Dieses Inventar wird zweckmässigerweise meistens kurz vor dem Auftreten der Nachfrage aufgenommen werden. Es gestattet, die Nachfrage in die richtigen Bahnen zu lenken und so zu einer optimalen Befriedigung derselben, aber auch zu einer bestmöglichen, volkswirtschaftlich richtigen Ausnützung des allgemeinen Angebotes zu gelangen. Eine weiter gehende Forschung wird selbstverständlich auch die hinter dem Angebot stehenden Tatsachen zu erfassen suchen und damit die Grundlagen für die allfällige Prüfung von Aenderungsmöglichkeiten in Art und Preis des Angebotes schaffen.

Alle diese sich direkt oder indirekt auf die Lebensbedingungen der Familien beziehenden Untersuchungen und Beobachtungen können selbstverständlich nur dann ausreichend verwertet werden, wenn auch die Zusammensetzung und die übrigen chrakteristischen Daten der betreffenden Familien bekannt sind. Die Marktforschung muss deshalb auch Personenzahl, Alter, Beruf, Einkommen, Wohnungsverhältnisse usw. erfassen und gegliedert darstellen.[65]) Sie muss ferner, gerade auch im Zusammenhang mit Verkehr und Tourismus, die gesamten Bedürfnisse und die ganze Nachfrage erfassen, da nur so der Anteil der hier von uns betrachteten Wirtschaftszweige festgestellt werden kann.

4. Betriebswirtschaftliche Marktforschung

Die betriebswirtschaftliche Marktforschung ist ganz auf das Streben nach Erhaltung der Unternehmung als Mindestforderung ausgerichtet. Zweck ist hier die Feststellung des günstigsten Beschaffungs- und Absatzmarktes. Das Hauptgewicht liegt meistens auf dem Absatz, treten doch normalerweise hier zuerst Schwierigkeiten auf. Immerhin lässt sich auch auf der Beschaffensseite eine Marktforschung im Zusammenhang mit unserem Thema denken. Wir können deshalb eine Zweiteilung vornehmen: Marktforschung der Unternehmung im allgemeinen, für welche die Familie Quelle der Arbeitskraft ist und Marktforschung von Unternehmungen der Verkehrswirtschaft, für welche die Familie Käuferin, Konsumentin ist.

Die Unternehmung als Arbeitgeberin wird vor allem die Auswirkungen des Familienschutzes in Verkehr und Tourismus auf ihre Arbeitskräfte erforschen. Diese Tätigkeit kann allerdings kaum mehr als eigentliche Marktforschung betrachtet werden. Wir möchten sie eher zu den innerbetrieblichen Untersuchungen zählen und nennen sie lediglich hier, weil Methoden und Technik dieser Untersuchungen jenen der Marktforschung meistens sehr ähnlich sein werden.

Die Marktforschung der Verkehrs- und Beherbergungsunternehmung wird sich vorerst in jedem Falle die Ergebnisse der allgemeinen Marktforschung zunutze machen. Allgemeine Bedarfs- und Nachfrageanalyse sowie Beobachtungen bilden die Grundlage der betriebswirtschaftlichen Absatzmarktforschung. Dabei sind nicht nur die Verhältnisse auf dem eigenen Wirtschaftsgebiet zu betrachten. Die Frage der Substitutionskonkurrenz zwischen sich vollständig

[65]) Woodbury R. M., a. a. O., S. 57.

fremden Wirtschaftsgruppen (z. B. Hotel—Fernsehen, Eisenbahn—Tabakindustrie) hat eine überaus grosse Bedeutung. Ebenso sind Untersuchungen über die Einkommensverhältnisse vom betriebswirtschaftlichen Standpunkt gesehen sehr wichtig, geben doch erst sie einen gewissen Aufschluss über die Preiswilligkeit.[66]) Darüber hinaus muss die einzelne Unternehmung alle irgendwie interessanten Tatbestände im Zusammenhang mit ihrem eigenen Angebot abzuklären versuchen. Ganz besonders wird sie zu erforschen haben, wie sie die Kapazität ihres Betriebes durch Heranziehen von Familien noch besser ausnützen kann, welche Massnahmen in bezug auf die Gestalt des Angebotes, die Preise, Absatzwege, Werbung usw. notwendig sind, um dieses Ziel zu erreichen.

5. Durchführung der Marktforschung

Die Anforderungen, welche wir an die Marktforschung stellen, lassen erkennen, dass es sich um eine recht kostspielige Angelegenheit handelt. Darum kommen als Träger in erster Linie grössere Organisationen und Zusammenschlüsse von solchen in Frage. Dies gilt sowohl für die allgemeine wie für die betriebswirtschaftliche Marktforschung. Eine gut ausgebaute allgemeine Marktforschung kann kaum von einzelnen Gruppen betrieben werden. Selbst wenn dies der Fall ist, so bedeutet das fast ausnahmslos Doppelspurigkeit und Zersplitterung der Mittel. Die allgemeine Marktforschung auf dem Gebiete des Familienschutzes und ganz besonders in bezug auf Verkehr und Tourismus wird u. E. mit grossem Vorteil von allen interessierten Stellen einer Volkswirtschaft, teilweise vielleicht sogar auf internationaler Grundlage, aufzubauen sein. Offen bleibt lediglich die Frage, wem die Führung anzuvertrauen ist. Dafür dürften sich die Familienschutzverbände oder ähnliche Vereinigungen besonders gut eignen, sofern sie sich geeignete, ausgebildete Mitarbeiter sichern können. Denn, das sei hier wiederholt, die Marktforschung muss von allem Gefühlsmässigen frei sein. Ihre Ergebnisse müssen in jeder Beziehung zufallsfrei sein und überpersönliche Gültigkeit haben.[67]) Unter Umständen lässt sich auch eine Aufgabenteilung empfehlen. Die Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbände können sich dabei beispielsweise den mit dem Siedlungswesen in Zusammenhang stehenden Problemen widmen, während die Fremdenverkehrsorganisationen, beispielsweise das nationale Verkehrsför-

[66]) Fischer W., Die Personenfahrpreise der Schweizerischen Bundesbahnen, a. a. O., S. 178.
[67]) Kaufmann P., a. a. O., S. 78.

derungsinstitut, die Fragen betreffend den Ausflugs- und Ferienreiseverkehr der Familie zu lösen versuchen. Auch Universitätsinstitute und staatliche Stellen können für die Lösung von einzelnen Aufgaben in Frage kommen, besonders soweit sie mit der Führung von allgemeinen Statistiken eng zusammenhängen. Immer aber, welche Lösung auch vorgezogen werde, ist eine enge Zusammenarbeit aller irgendwie interessierten Stellen notwendig, damit die gewonnenen Resultate möglichst vielseitig verwendbar sind.

Die betriebswirtschaftliche Marktforschung wird grundsätzlich von einer einzelnen Unternehmung betrieben. Wir haben aber bereits die hohen Kosten einer gut ausgebauten Marktforschung genannt. Aus diesem Grunde wird sich auch hier ein gemeinsames Vorgehen aufdrängen. Entweder werden sich ganze Wirtschaftszweige, z. B. alle Eisenbahnen, die Hotellerie, alle Transportunternehmungen zusammenschliessen oder in diesem Rahmen besondere Gruppen von Unternehmungen bilden, mit dem Zwecke, gemeinsam Marktforschung zu treiben und die Erfahrungen gegenseitig auszutauschen. Es ergibt sich hier ein weiteres Tätigkeitsgebiet für die von Walther vorgeschlagenen Erfahrungsaustausch-Gruppen.[68])

Methoden und Technik der Marktforschung weichen auf dem hier behandelten Spezialgebiete grundsätzlich nicht von den allgemein üblichen und in einer sehr umfangreichen Literatur beschriebenen ab. Dabei hat jedoch der Zeitpunkt der Erhebung oft einen massgebenden Einfluss auf das Ergebnis.[69]) Dieser muss mit besonderer Sorgfalt gewählt und bei der Auswertung der Zahlen berücksichtigt werden. Neben Befragungen und Tests aller Art dürfte die Verarbeitung von möglichst zahlreichen und aus allen Bevölkerungskreisen ausgewählten Haushaltrechnungen stark in den Vordergrund rücken. Dabei wären diese Rechnungen noch mehr als bisher entsprechend den besondern Bedürfnissen bei der Verwirklichung des Familienschutzgedankens in Verkehr und Tourismus zu gliedern und aufzuarbeiten.

Die Finanzierung der Marktforschung kann ähnlich wie jene der Werbung erfolgen. Auch hier werden die Kosten in erster Linie von den Trägern der Marktforschung nach Massgabe des Ausmasses ihres Interesses zu bestreiten sein. Wie bei der Werbung sind auch hier Zuschüsse aus allgemeinen öffentlichen Mitteln denkbar.

[68]) Wather A., Einführung, a. a. O., 1. Band, S. 340.
[69]) Paoletti H. a. a. O., S. 53.

Literaturverzeichnis

Amonn A., Volkswirtschaftliche Grundbegriffe und Grundprobleme, 2. Auflage Bern 1944.

Bericht des Bundesrates an die Bundesversammlung über das Volksbegehren «Für die Familie» vom 10. Oktober 1944.

Bernasconi G., Soziale Beherbergungspolitik, in: Erholung und Arbeitskraft, Nr. 7 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1945.

Bernhard A., Market Research in Tourism-The American Travel Pattern, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr. Nr. 3/1949.

Bickel W., Bevölkerungsgeschichte und Bevölkerungspolitik der Schweiz, Zürich 1947.

Bratschi R., Soziale Verkehrspolitik, in: Erholung und Arbeitskraft, Nr. 7 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1945.

Chenaux F., Le rôle des chemins de fer dans le développement futur des transports, in Problèmes de l'apres-guerre, Nr. 6 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, Lausanne 1945.

Dörfel F., Die Universalität des Fremdenverkehrsinteresses, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr. 2/1949.

Eckemann K., Die Betriebswirtschaft eines Reisebüros, Diss., Frankfrut a. Main 1930.

Etter Ph., Der Geburtenrückgang als nationales Problem, in: Zeitschrift für schweizerische Statistik und Volkswirtschaft, Heft 2/1938.

Favre J. und Wick J., Das schweizerische Transportrecht für Eisenbahnen und Schiffe, Basel 1949.

Felix K., Preisabreden im schweizerischen Hotelgewerbe, Diss., Luzern 1934.

Fischer W., Die Personenfahrpreise der schweizerischen Bundesbahnen 1914—1920, Diss., Zürich 1924.

— Die Personenfahrpreise der schweizerischen Eisenbahnen, in: Die Verkehrsmittel im Dienste der Wohn- und Siedlungspolitik, Veröffentlichungen der Schweiz. Verwaltungskurse an der Handels-Hochschule St. Gallen, Band 3, Einsiedeln 1944.

Flammer A., Fahrpreisermässigungen für die Familie, in: Schweizerisches Archiv für Verkehrswissenschaft und Verkehrspolitik, Nr. 3/1949.

Gafner M., Die Bedeutung des sozialen Tourismus für Volksgesundheit und Volkswirtschaft, in: Erholung und Arbeitskraft, Nr. 7 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1945.

Gölden H., Die Entwicklung der Nachfrage im Fremdenverkehr, in: Zeitschrift für schweizerische Statistik und Volkswirtschaft, Heft 1/1940.

Guye R., Preistheoretische Betrachtungen zum schweizerischen Hotelproblem, Diss., Bern 1953.

Gygax P., Sozialpolitik und Familienschutz, in: Der Schutz der Familie, Festgabe für August Egger, Zürich 1945.

Haulot A., Tourisme Social en Belgique et dans le monde, Bruxelles 1949.

Haushaltrechnungen von Familien unselbständig Erwerbender, 1936/37 und 1937/38, Sonderheft 42 der «Volkswirtschaft», Bern 1942.

Heyde L., Abriss der Sozialpolitik, 10. Auflage, Heidelberg 1953.

Hunziker W., Der Einzel- und Massenreiseverkehr als touristisches Problem, in: Individuum und Gemeinschaft, Festschrift zur Fünfzigjahrfeier der Handels-Hochschule St. Gallen 1949, St. Gallen 1949.

— Fremdenverkehr und Wissenschaft, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr. 1/1946.

— Les tâches du tourisme suisse après la guerre, in: Problèmes de l'après-guerre, Nr. 6 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, Lausanne, 1943.

— System und Hauptprobleme einer wissenschaftlichen Fremdenverkehrslehre, Nr. 5 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1943.

— Wesen und Probleme des Sozialtourismus (Manuskript) Bern 1951.

Hunziker W. und Krapf K., Allgemeine Fremdenverkehrslehre, Zürich 1942.

Jevons W. St., Die Theorie der politischen Oekonomie, Jena 1924.

Kaufmann P., Marktforschung, in: Schweizerisches Handbuch der Absatzförderung und Werbung, Thalwil-Zürich 1946.

Kershaw A. G. und Lickorish L. J., The Demand for Travel in the National Economy, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr. 1/1949.

König R., Die Familie der Gegenwart, Beilage zum Bericht des Bundesrates an die Bundesversammlung über das Volksbegehren «Für die Familie» vom 10. Oktober 1944.

— Von der Notwendigkeit einer Familiensoziologie, in: Der Schutz der Familie, Festgabe für August Egger, Zürich 1945.

— Zwei Grundbegriffe der Familiensoziologie, in: Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik, Nr. 5/1945.

Krapf K., Der touristische Konsum. Ein Beitrag zur Lehre von der Konsumtion (Manuskript).

— Die ökonomische Eigenart des Fremdenverkehrs, in: Schweizerisches Archiv für Verkehrswissenschaft und Verkehrspolitik, Nr. 2/1953.

Kull W., Erhebungen über Haushaltrechnungen in den Vereinigten Staaten und der Schweiz, in: Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik, Nr. 1/1945.

Leuenberger J., Die Familie als Grundlage der menschlichen und staatlichen Gemeinschaft, in: Schweizer Erziehungs-Rundschau, Nr. 8/1937.

Lohnbegutachtungskommission des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes, Beitrag zur Frage des existenzminimalen Bedarfes, Sonderheft 44 der «Volkswirtschaft», Bern 1943.

Lorenz J., Das Familieneinkommen und der Familienschutz, in: Studientagung, Der wirtschaftliche Schutz der Familie, Zürich 1932.

Marbach F., Zur Frage der wirtschaftlichen Staatsintervention, Bern 1950.

Metzger R., Die Differenzialpreise in Verkehr, Diss., Zürich 1933.

Niehsen F., Warum gibt die Deutsche Bundesbahn keine Fahrpreisermässigung für Familien? in: Zeitschrift für Verkehrswissenschaft, Heft 3/4, 1954.

Paoletti H., Des habitudes et des goûts du public en matière des loisirs, de tourisme, de vacances, in: Zeitschrift für Fremdenverkehr, Nr. 2/1947.

Rickenbach W., Die Wesensgrundsätze des Familienschutzes, in: Der Schutz der Familie, Festgabe für August Egger, Zürich 1945.

— Familienferien im Ausland, in Schweizerische Zeitschrift für Gemeinnützigkeit, Heft 10/11 1954.

Röpke W., Die Lehre von der Wirtschaft, 7. Auflage, Erlenbach-Zürich 1954.

Roth P., Die Intervention des Bundes auf dem Gebiete der Fremdenverkehrswerbung, Diss., Bern 1945.

Saitzew M., Die volkswirtschaftlichen Aufgaben und die wirtschaftspolitische Behandlung der Eisenbahnen, Bern 1932.

Schäfer E., Grundlagen der Marktforschung, 3. Auflage, Köln 1953.

Schilling O., Katholische Sozialethik, München 1925.

Schweingruber E., Die Feriengesetzgebung, ihr Stand und ihre künftige Gestaltung, in: Erholung und Arbeitskraft, Nr. 7 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1945.

Sieber H., Preistheorie, vervielfältigte Vorlesung, Muri/Bern 1954.

Stoll E., Das Wohnproblem im Hinblick auf die kinderreichen Familien, in: Die Wohn- und Siedlungspolitik der Kantone und Gemeinden, Veröffentlichungen der Schweizerischen Verwaltungskurse an der Handels-Hochschule St. Gallen, Band 4, Einsiedeln 1944.

Streiff R. C., Die Preisgestaltung im schweizerischen Hotelgewerbe, in: Gegenwarts- und Zukunftsprobleme des schweizerischen Fremdenverkehrs, Festgabe für Hermann Seiler, Zürich 1946.

Studientagung, Der wirtschaftliche Schutz der Familie, Zürich 1932.

Süss H., Die wichtigsten Grundfragen der Eisenbahnwerbung, Diss., Bern 1952.

Walther A., Die festen Kosten, der Feind des Hotelunternehmens, in: Gegenwarts- und Zukunftsprobleme des schweizerischen Fremdenverkehrs, Festgabe für Hermann Seiler, Zürich 1946.

— Einführung in die Wirtschaftslehre der Unternehmung, 1. und 2. Band, Zürich 1947.

Weber M., Erholung und Einkommen, in: Erholung und Arbeitskraft, Nr. 7 der Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, St. Gallen 1945.

Woodbury R. M., Méthodes d'enquête sur les conditions de vie des familles, Genève 1941.

v. Zwiedineck-Südenhorst O., Allgemeine Volkswirtschaftslehre, 2. Auflage, Berlin 1948.